

塾長の独り言 NO156 H23 .12 .1

「シルクド・ソレイユ 女性に人気にならないければ、繁盛しない！」

昨日、P社のY社長とシルクド・ソレイユに行ってきました。

12月末で公演終了とのことで、もう終わりだと思つて、慌てて予約して見に行きました。

今まで、ベンチマークをしたかったのですが、さすがに1人では行きにくい。

そんな時にY社長から「いっしょに行かないかい？」と声をかけてくれました。感謝ですね。

当日は満席。女性ばかり。男二人では違和感あり

女性をファンにさせなければ、繁盛しない。

シルクド・ソレイユは「ブルーオーシャン戦略」で有名です。

そこで少し、経営戦略のおさらい。

以前、未来創造志塾でこのブルーオーシャン戦略を2回にわたってテーマとして取り上げました。

(ご興味あるからはHPから検索して下さい。役に立つよ！)

ポイントは・・・バリュー・イノベーション

「バリュー」とは.....買い手が本当に評価する「本質的価値」

戦略キャンパスとバリュー・カーブ(97p)

1現状診断(業界・競合他社・自社の戦略プロフィール)

2将来の打ち手の検討(買い手のバリュー・将来自社の戦略プロフィール)

ビジュアル化(縦軸:価値 横軸:各要素)..議論しなから比較感で決める!

Q1 何を取り除くか」という視点

Q2 何を大胆に減らすか」を業界標準に比べ見直す

Q3 何を大胆に増やすか」

Q4 今後新たに創造するファクターは何か」という顧客の視点

業界、過去の常識を問い直す!

シルクド・ソレイユは、サーカスと比較すると・・・どうなのか?

私が考えるに下記ようになります。

Q1 動物ショー・グッズの販売など

Q2 危険なショー・演出

Q3 移動テントを常設劇場で豪華で綺麗な座席や雰囲気

Q4 テーマ性・音楽・映像・演出・アスリート

<コメント>

シルクド・ソレイユの会場は豪華な設備でした。これは金を掛けているぞ～～!

12月末で終了とらがあ・・・本当かな?

「ZET」は終りだが、1月からは違うテーマで開催するのでは?

人間心理・・・これで終わりと思つて、慌てて見に行かなくっちゃ損？」

もし、シルクド・ソレイユに「テーマ」がなければ、こんなに繁盛しなかったのでは?

そんなことを感じました。

さて、あなたのやっているビジネスで、過去の常識を問い直すとしたらいかがですか?

Q1からQ4まで、自分自身で問いなおしてみたらいかがですか?

きっとそこにヒントがあるのではないのでしょうか?