

ぬいぐるみではなく、お友達をつくろう！」

世界にたった一つのぬいぐるみ

ビルト・ア・ベア 知ってますか？

さて、先日、地下鉄銀座線に乗っていたら、
おもしろいのが見つきました。

それは、何か？

「ビルト ア ベア ワークショプ」です。
全車両の広告がすべて、これの広告です。
皆さん、

ビルトベア…知ってますか？

これは、アメリカで行列ができるほどのヒットしている「ぬいぐるみショップ」です。
メインは、テディベアですが、動物の種類が20種類くらいあって、
着せ替えぬいぐるみと表現したら、いいのかな？

これを日本でやったらおもしろいな！と思っていたんですが、
ついに日本でも…どうなるのか？興味深深です。

この広告のマーケティングには、とても歡心しました。

キャッチコピーは、

友達をつくろう！

(ぬいぐるみを×で消して、友達に！)
すべての動物などに、名前があるんだな。
そしてそれぞれに、にあった着せ替えの洋服が…いろいろあるんです。
日本で初上陸…場所は銀座
オープンの初日は、…なんと2月14日(バレンタインデー)
…さすが、考えてますね。

それでは、具体的にどんな販売戦略をとっているのか？

アメリカでの例です。(雑誌での記事では)

まず、

お気に入りのぬいぐるみ本体を選ぶ。(外側だけ、中身のパンヤは入れてないまま)

次に、メンバーズカードの記入です。

飼い主の名前(こどもだったらお子様の名前)

生年月日、年齢、性別、住所

ぬいぐるみの名前(どんな名前をつけるのか？お客に…考えさせる)

誕生日(当然、お買い上げた年月日)性別など

すべて、記入が終わると

30分ぐらいは、待たされるんです。

普通は、その間にぬいぐるみに着せる洋服を選ぶのです。

みんな、買っているから、自然に買わされるんだな。

「これ、かわいいね。これもいいんじゃない」なんてね。

そして、それから、

ぬいぐるみに、

個体ナンバーとその名前などを名入れするんだな。

そして、

中にパンヤを入れて、ぬいぐるみを完成させた後に、

飼い主がこどもだったら、その前で、

ぬいぐるみの胸の中へ、赤いハートの心臓を入れてくれるんです。

「明日香ちゃん、今から、ミミちゃんにハートをいれますよー！」なんてね。

にゅいなー……。

もし、こどもだったら、どんなに喜ぶやら……

そしてお会計。

これが、予想以上に高いんですよ。

だって、本体に、着せ替え服もいっぱい、買っちゃうんだもの。

並ばされて、

待たされて、

価格も馬鹿にならないぐらいに高く、

それでも、

人気な秘密は？

どこにあるのか？

アメリカでは、行列が出来るぐらいに人気のようです。

顧客の中心は、誰でしょうか？

おじいちゃん、おばあちゃんが孫といっしょに買い物にくるそうです。

そして親子でも……。

何故でしょうか？

皆さん

考えてみましょう！

戦略思考の訓練です。

マーケティングの練習です。

答え)次回に続く！ ……一度、チャンスありましたら、是非一緒に見学に行きましょう！