

「ピンクのキティちゃんタクシー！」

～ ～ ここまでやるか？ ～ ～

おとといは、久しぶりの自宅で夕食を食べたら、大変なことになりました。

夕食を7時に食べ、ソファでくつろいでいたら、約1時間後から腕の付け根にブツブツが出てきて、それから全身にジンマシンが…。

え！ どうして！

夕食に食べたのは、蛸の刺身とカツオのたたき、それからオニオンスライス、野菜スープ。

今まで一度もジンマシンなど出たことがないのに？

夜中に慌てて、夜間救急医に駆け込みました。

原因不明。医者が言うにはストレスでは？

薬（抗ヒスタミン剤）を飲んだら、2時間後には引いてきました。

— 安心でした。

翌日、結婚式にてスピーチする予定があったので、心配しましたが、翌朝には全快。

どうも、今年は腸閉塞やらジンマシンやら、体調に異変が連続。

これも体調管理、健康管理をしるという矢の声、なんでしょうね。

昨日は結婚式が終わって、横浜のK社にお伺いする時の出来事です。

駅前からタクシーを乗ると、それが表題のピンクのキティちゃんタクシーでした。

車種は日産マーチのピンクの車（小型だからコストが安い）

内装はすべてがキティちゃん一色。

シート、ハンドルカバー、小物など。

そして名刺もキティちゃん。

さすがに領収書はごく普通でしたが。

ここまで徹底するとすごく印象に残りますね。

特に小さな子供やキティちゃん好きな人には、たまりませんね。

経営的な視点では、差別化が明確。

基本価値は、タクシー。

優位価値は、キティちゃん徹底することで顧客のファン化

情緒価値は、キティ好きのあこがれ

さて、皆さん、どう思いますか？

<コメント>

差別化とは、どんなことでもいかに徹底すること。

も基本価値だけでは、競争社会では、価格の勝負しかない！

何を付加価値にするのか？

そしてそれを徹底する！

ターゲット顧客も絞り込む！

目立つ。印象に残るように工夫する。

キティちゃんタクシー。又、乗ってみたいですね。