

経営のヒント121 なぜハーレーだけが売れるのか？

売るのはバイクじゃない！ライフスタイルなのだ。

面白い著書を発見しました。とっても参考になりますよ！

なぜハーレーだけが売れるのか」水口健次 日経ビジネス文庫 648円

モノを価格で売らずに、コトを価値で売る」

ディーラーと対立せず、協働する」

シェアではなく、顧客の感動を追う」

進化したデータベースで活動を管理する」

マーケティングの基本である4P(プロダクト・プライス・プレイス・プロモーション)を超越する21世紀の成熟期の「顧客創造戦略の先進モデル」があります。

ハーレーのライフスタイル・マーケティング

ハーレーはモノではないし、オートバイではない・・・だから売ってはいけないんです。

ハーレーは遊びであり、楽しみ方ですから・・・この「楽しみ」を広めていったんです。

出会う＝ハーレーのある所、仲間は集う！

創る＝世界でたった一台の分身！

選ぶ＝夢を満たす選択！

競う＝レースは他人事だった、ハーレーに乗るまでは！

ハーレー10の楽しみ

| | | |
|------|-----------------------|------------------------|
| 乗る | 果てしなき道、冒険への旅立ち | ハーレー以外では得られない乗って走る喜び |
| 出会う | ハーレーのある所、仲間は集う | ハーレー仲間との出会いで世界が広がる |
| 装う | 自由と誇りを、身につけて | ハーレーらしさをさらに豊かに表現する小物 |
| 創る | 世界でたった一台の分身 | 世界にただ一台の自分だけのハーレーを楽しむ |
| 愛でる | 私の安らぎ、愛車との語らい | 乗らない日も、ハーレーは心を熱くする |
| 知る | 好きだから、極めたい | 伝説のメカ、文化、歴史などハーレーの奥は深い |
| 選ぶ | 夢を満たす選択 | ハーレーは機種、部品ともバリエーションの宝庫 |
| 競う | レースは他人事だった、ハーレーに乗るまでは | サーキットを走るときマシンと一体になる |
| 海外交流 | 夢は海の向こうまでも | 世界で使える会員クラブカードを発行 |
| 満足 | ハーレーに勝るもの無し | ハーレーに対するユーザーの満足度98% |

<経営のヒント>

ライフスタイル・マーケティングとは？

狙い＝モノを価格で売るのではなく、コト、価値の楽しみ方、ライフスタイルとして売る！

顧客＝顧客、一人ひとりの価値観、暮らし方を尊重する！

目的＝絆ファミリーの全能力をもって、ハーレーのある豊かで多様なオートバイライフを実現する！

これをハーレーのビジネスの根幹とすると決めた時からスタートしたのです。

成立させ、これを強化する5つの要件

文化的価値をもった商品群が存在すること

ドライト、楽しみ方を開発し続けること(イベントなど企画・・・)

ディーラーの店舗とスタッフがライフスタイル・マーケティングのリーダーになれること

カスタム化を推進すること(メカ・パーツ・サービス体制・・・)

自己表現のためのファッションを充実させること