

商品開発

コンセプト開発 General Feedback

Aとしたものはほぼこの形で次のコンセプト評価に進めていいと思われるもの

Bとしたものは、次の点についてもう少し整理したり、構造をはっきりさせたり、補強する必要があると思われるもの

1. ニーズ提示とWhat do I do for youとが対応してなくてはならない。

ニーズ提示では――をいっていて、What do I do for youではまた違う――をいっていると、このコンセプトは何の話なのかわからなくなってくる。

2. ニーズ提示では、できればひとつだけ。多くても2つ。この商品は何をするものなのか、何のニーズに対応するものなのかをできるだけstraightに示す。

3. Why am I right for you―なぜ、これを買うべきなのか、他の商品でなくこれがいいのか、を明確にする。

ただ雰囲気がいいだけだと、なかなか説得されない。

BとしたものはそのWhy am I right for youがよくわからないもの。(それ以前に当然、What do I do for youが不完全なもの―値段がない、便益がはっきりしないものも、なぜそれを買うべきかもよくわからない)

4. 便益(What do I do for you)には、大きく物理的便益と情緒的便益がある。その両方が備わっていることが強く望まれる。片方だけだとなかなか説得的ではない。

5. Originality (独自性、新規性)を打ち出すこと。他にも似たようなものがある、ではWhy am I right for youがわからない。

6. Who am I - これは何の商品カテゴリーに属する、何なのか、が、こんがらがっているものがある。消費者は――のことと思って読み進めると実は――のことだった、というものがある。Who am I を明確に。