

かわいい、ほしい、体験したいと連発 させるキャラクター・マーケティング 戦略の成功事例から学ぶ

名古屋経済大学経営学部

オープンキャンパス2017 模擬講義

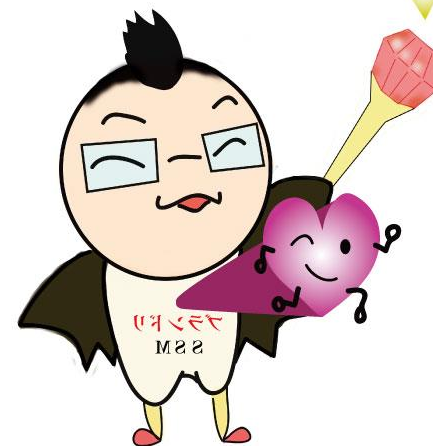
徐 誠敏

2017年 7月9日(日)

犬山キャンパス

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/



これらの企業の共通点とは



キャラクターを戦略的に活用した
マーケティング力が強い企業



世界初の キャラクター・マーケティング

コカサントは、1930年代の世界経済大恐慌の時、
イタリアで12月6日聖ニコラス祝日の前夜、
子供たちに**幸運**のプレゼントを贈るイベントを
見て着眼して生まれたキャラクターである。



キャラクター・マーケティング のメリット

企業や地域は、**キャラクター**を用いた
マーケティングを行うことで
顧客・消費者にかawaii、ほしい、
体験したいと連発させることができる

かわいいと連発させる段階

ガリガリ君やガリ子ちゃんという
ブランドの存在を**知る**段階へへ

ほしいと連発させる段階

ガリガリ君やガリ子ちゃんの

購買意欲を促す段階^-^

体験したいと連発させる段階

ガリガリ君やガリ子ちゃんとの**思い出**が

大人になってもその**記憶**の中で生きていて

それらの**購買意欲**をいっそう促す段階^-^

キャラクター・ マーケティングとは

特定の**キャラクター**を活用することにより
顧客に親近感や**ポジティブ**なイメージを
形成し、企業・製品・地域の**ブランド価値**
を向上させると同時に、製品ブランドの
販売促進を図る比較的新しい
マーケティング手法の一つである。

模擬講義の様子





名古屋経済大学経営学部

徐 誠敏

2017年7月9日(日)

犬山キャンパス

www.meiji-u.ac.jp

MEIKI
CREW

MEIKI
CREW

かわいい、ほしい、体験したいと連発
させるキャラクター・マーケティング
戦略の成功事例から学ぶ

名古屋経済大学経営学部

徐 誠敏

2017年 7月9日(日)

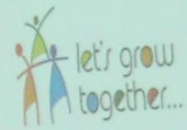
犬山キャンパス

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/



徐誠敏(ソソンミン)の
オリジナル・キャラクター
「ブランドリ」



自分の存在を知って
もらうためのコミュニ
ケーションツール



ミスター「ブランドリ」徐誠敏(ソソンミン)の
ソロアルバム、1994年10月20日



世界初のキャラクター・
マーケティング



キャラクターを戦略的に活用した
マーケティング力が強い企業





終わり^^

