

売

り手が正月返上を覚悟できれば、
「新年初売り」はきっと売り時なんです。

ステキの初売り。



2014.1/4[sat]-1/5[sun]

クロスロード蔵 第三番庫
- 参加者募集のお知らせ -

募集期間：2013.10/1 - 11/3

世の中の動きを考えてみました。

一年の大きな流れの中で「節目」というものがある。

例えば一市民として生活を見たときには、

年度替わり、ゴールデンウィーク、お盆、夏休みや冬休み、そして年末年始とか。

各々に個人差はあるだろうけど、世の中はある程度そんな「節目」の流れに沿って動きます。

人が動くと、モノも動き、お金も動く。

で、そこから一步突っ込んだ売り手の目線で見てみると、

世の中の流れにあわせて、夏冬のボーナスシーズンのバーゲン商戦や、

バレンタインやクリスマスみたいなギフトシーズン、なんてのが存在する。

そこでは確実に人やモノ、気持ちやお金が動くから、ビジネス的にはそりゃあ見逃せない。

どんなときに人が動いて、買い物がしたくなるか。

売り手の都合じゃなくて、「消費者の動き」という目線で考えてみる。

大それて言えば所謂、マーケティングというヤツですね。

三回目の開催となった「蔵」、今回はその目線でのチャレンジをしてみようと思うわけです。

どんなマーケットでも、確立して支持を得て、それを拡大していくためには、

少なからず世の中の動きや需要とマッチングしていかなければならないと思うんです。

きっとそれは「蔵」をはじめ、こうしたイベントも例外ではなくて、

そんな、売り手側の目線で考えたら、「初売り」って節目はタイミングとしてアリなんじゃないかと。

正月休みの三が日、家でひと通りゆっくりして時間を持て余すようになった頃、

お出かけ意欲を誘うように、各店舗は「新年初売り」をスタートする。

正月休み返上で動くことになってもそれに踏み切るのは、

そこに需要なり売上なりが見込めるからなんだろうと思うわけです。

そんな動きをするイベントって他ではあまり聞かないですよね？

表現活動の展開でも商売の戦略でも、
現実的にそれを「生業」として考えるなら、
売り手目線って必要だと思っただすよね。

