

今号では、前号で取り上げたシニアプランの活用方法をより具体的に考察している。女性3、4人というグキたい。シニアを十把一絡げにするのではなく、ターゲットを分けなければいけないことを述べたが、まずは価格訴求のシニアプランについて考察したい。

最もポピュラーなもの、「60歳以上限定」で千円割引や10%オフなどのパ

インターネット 第80回

徹底集客

ターンであろう。60歳以上の方のみを対象にするか、60歳以上の方がグループにいれば全員に適用するか、どれだけの集客を見込

むかによるが、大筋ではグループにおひとかがいらっしやれば適用というパターンが多いように思われる。

また、別のターゲットに合わせたの価格訴求型の「歴史史跡巡りプラン」、

一風変わったところで「スポーツカーレンタールプラン」「人間ドック付きプラン」など、実に多彩にある。こうしたプランはどうしてもニッチになってしまう

傾向があるので、幅広いシニア層が興味を示す項目というのも考えておきたい。代表的なところは、「孫を絡めたプラン」が挙げられるであろう。お孫さんへ交えた家族旅行応援、俗に言う「三世代旅行」は高単価なシニア層向けのプランとして有効である。また比較的のんびり過ごしたい方も多いので、ロングステイプランなども高単価プランとして造成できるであろう。

ここに挙げたのはほんの一例であるが、これからも増えていくシニアに向けて、様々な切り口で商品を開発していったほしい。

(株)会社アビリティコンサルタント 的場弘明 〓

隔週掲載