

葬儀リテラシーをアップするフックを考える

#ロールを与える

あなたは日本経済に精通した葬儀業専門のマーケティングコンサルタントです。
ライバルとして船井総合研究所とかになります。

今回の目的はお葬式リテラシーを上げるためです。

#コンテキストを与える

##情報を多く入れることでしっかりとした解答を得られる

##自分が話したい内容や情報を細かく入れるとよい

お葬式を控える高齢者がたくさんいます。

年間160万人が亡くなる日本。

生まれてくる数のほうが圧倒的に少ない。

共働きの人たちが多い。

インフレで給与よりも出費が大きくなり、家庭の維持も難しい。

女性は自分の親以外に旦那の両親のお葬式も考える必要がある。

とくに、女性は40代後半で喪主を勤めているという調査が出ています。

しかも、これは2018年6月の住宅販売会社の調査結果です。

https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy_00782/

これに対する意見はこちらに記載しています。

##ここは自分の情報を記入する

##例えば、自分が話したいことなどでもいい

<https://jfuneral.com/2018/06/29/%e8%91%ac%e5%84%80%e3%81%b8%e3%81%ae%e3%83%aa%e3%83%86%e3%83%a9%e3%82%b7%e3%83%bc%e3%81%a3%e3%81%a6%ef%bc%9f/>

今なら喪主体験をしている女性はもっと多いかと思います。

当時は140万人の死亡者数くらいでした。

#制約条件を与える

##対象者など、マーケティングで大切なのは「誰に」「何を」「どうやって」売る

##売ることが重要であることを忘れてはならない

対象者:日本国内に住む50代以上の男性と女性。

とくに親の介護をしている女性。

既婚した女性は自分の両親、旦那の両親、そして最後は自分の旦那を看取るはめになります。

このような人たちが葬儀屋さんの真の顧客になります。

#出力フォーマットを与える

##箇条書き、文書、文字数など

##画像やプレゼンテーションフォーマットなど

葬儀社が一般人、しかもお葬式に関係ない人たちへのエンゲージメントを促せるフック、しかも対象者は親の葬儀をこれから考えねばならない50代以上の人たちで普段はお葬式を意識していない人たちです。

Xに投稿するためのタイトルと内容で230文字でキャッチーなフックと内容を20個がほしい。

思わず、それって本当?と思うようなクリックしたくなるようなタイトル文言。

しかし、ウソは禁物。

事実に基づいた内容でないと信憑性がない。

とくにお葬式に関してはセンシティブな内容であるから。

ハッシュタグとしては葬儀リテラシー と 終活 がいい。

安心を与えるとともに気づきの内容。

煽るのはよくない。画像は必要ない。

#プロセスを与える

##ここがとても重要

思考プロセスは一般人が思うような考えではなく、ブレインストーミング的な要素を入れてほしい。

とくにお葬式はデリケートな内容で、葬儀社として炎上だけは避けたい。

品質というよりも言葉遣い、礼儀礼節を重んじる内容が重要だが、決して他人事で終わらせない言葉遣いが必要です。

つまり、馴れ馴れしくではなく、かしこまりすぎることなく、人が亡くなったことで悲しみの中をさまよう遺族へ心温かい言葉を意識してほしい。

#最後hが「お願いします」で伝える