



♥ いいね! 1,805件

## Vol.3 「ミレニアル世代」を制する者は、ブランドの世界を制す

#デジタル戦略 #SNS #ミレニアル世代

ルイ・ヴィトン、エルメス、カルティエ・・・世界の名だたる高級ブランドは公式オンラインショッピングサイトを展開しています。こうした高級ブランドが扱う商品は一般的に高額であり、また、商品を販売するだけでなく各ブランドが持つ“ラグジュアリー感”が重要視されてきたことなどから、当初、オンラインサイトについて懐疑的な見方がなされてきました。

しかし、今や、高級ブランド企業においても「デジタル戦略」は重要なマーケティング・ツールとなりました。この先駆けとなったのは、トレンチ・コートで有名な「バーバリー」です。様々なSNSを通じたコレクションの紹介や英国が誇るセレブを起用したブランド・イメージを伝える動画配信(まるで映画のような!)、ファッションショーのライブストリーミングを行い、そのショーで披露されている商品を即オンラインで購入できる仕組みなどを次々に展開。こうした斬新な取り組みが低迷していたバーバリーを再び復活に導いたと言われていました。

なぜ、バーバリーのデジタル戦略が大成功を収めたのか。それは、インターネットやSNSに慣れ親しんだ「ミレニアル世代」(1980~2000年に生まれた世代)が消費の主役になりつつある中、彼らの心をがっちりつかんだからなのかもしれません。

●当資料はピクテ投信投資顧問株式会社が作成した資料であり、特定の商品の勧誘や売買の推奨等を目的としたものではなく、また特定の銘柄および市場の推奨やその価格動向を示唆するものではありません。●運用による損益は、すべて投資者の皆さまに帰属します。●当資料に記載された過去の実績は、将来の成果等を示唆あるいは保証するものではありません。●当資料は信頼できると考えられる情報に基づき作成されていますが、その正確性、完全性、使用目的への適合性を保証するものではありません。●当資料中に示された情報等は、作成日現在のものであり、事前の連絡なしに変更されることがあります。●投資信託は預金等ではなく元本および利回りの保証はありません。●投資信託は、預金や保険契約と異なり、預金保険機構・保険契約者保護機構の対象ではありません。●登録金融機関でご購入いただいた投資信託は、投資者保護基金の対象とはなりません。●当資料に掲載されているいかなる情報も、法務、会計、税務、経営、投資その他に係る助言を構成するものではありません。