

目的: グローバル社会を舞台とするビジネスで生き残るセツツが知りたい! @sanada3730



ブランディングを成功させる
3つのポイント ⑧



- ① クリエイティブ・テクノロジー・リーガル視点
- ② CCO を設置する
- ③ ブランディングは継続してこそ

ブランディング・ファースト
宮村岳志 著

インターに働かせる
3フェーズ ⑦

- フェーズ1: フラグを立てる
- フェーズ2:メンバーへの浸透
- フェーズ3: 効果測定

⑤
700万の外に作用する
3つの効果

- ⑥ ブランド開発
の3つのフェーズ
- ① 情報収集フェーズ
 - ② 開発フェーズ
 - ③ 具体化フェーズ

- ① 保証効果
- ② 差別化効果
- ③ 付加価値効果

① 選ばれる企業と、そうでない企業の違い

それは... 「ブランディング」
本質は 企業の理想像を明確にすること
どうしたいのか。どう見られたいか。自社の使命とは。

② パラダイムシフトに対応するための要素

差別化、スピード、インター

③ マーケティングよりトライピル

とにかく実際にリリースしてみるのが
「トライピル」
明確な柱が意思決定を早くなる

④ 価値を磨き高めていく

自社や700万の外の価値を磨き、高める経営戦略