

# ステージ①

## ミッションづくり

# ステージ②

### 着眼点

- 誰よりも早く
- 他にないもの
- 頑なに守り続けてきたもの
- 超専門家
- 一点集中
- 主力顧客
- 組合せ力

- 全社員ヒヤリング
- 外部取引先ヒヤリング
- お客様満足度アンケート
- ブログ分析
- コンタクトポイント分析

### 価値を見つける

- 価値探しのポイント
- ズームイン
  - 脱・知ってるつもり
  - あるもの探し
  - 花よりも根っこ

- 価値育てのポイント
- ズームアウト
  - 脱・商品
  - 脱・メンタルブロック
  - 消費者視点

### 価値を育てる

- ブランド価値検討会
- ミッション策定
  - ・ポリシー
  - ・行動指針
  - ・コンセプト
  - ・ビジョン
- ミッション発表会
- 個別面談
- ミッションMT

### 着眼点

- フォーカス
- ポジショニング
- ローリング
- リフトアップ
- バックストーリー
- 限定性
- お墨付き

### ブランディングの

独自性の発見

顧客価値の創造

想定理想顧客

物語の発信

スタイルの形成

### 4つの法則

### 着眼点

- なぜ、なぜ？
- 誕生の原点
- 裏側・背景
- 出会い
- 挫折・危機
- ライバル・宿敵
- 購入後(使用)

- 価値の物語化
- ①受け入れられる
  - ②理解される
  - ③共感される
  - ④伝播される

### 価値を伝える

- 店舗力
  - ・サイン
  - ・演出
- インターネット力
  - ・HP
  - ・ブログ
  - ・メルマガ
  - ・SNS
- マスメディア力
  - ・広告宣伝
  - ・広報活動
  - 人間力
    - ・会話
    - ・クチコミ

- ファンづくりの5段階
- ①認知度を高める
  - ②関心度を高める
  - ③信頼度を高める
  - ④愛着度を高める
  - ⑤絆を強くする

- 価値の見える化
- シンボルづくり
  - 接点コントロール
  - 価値の共有
  - 分身(人財)づくり

### 価値を形にする

- クレジット制作
- 基本デザインの見直しと整備
- ロゴマーク
- ロゴタイプ
- ステートメント
- カラー他
- デザイン基本マニュアル
  - 社員基本ガイダンス
  - ストーリーブック

### 着眼点

- ①整理する
- ②整頓する
- ③設計する
- ④統一する
- ⑤継続する
- ⑥教育する
- ⑦感化する

# ステージ④

## ファンづくり

# ステージ③

- 体験型プロモーション
- コミュニティイベント
- 販売催事

- コンタクトポイントの見直しと整備