

# ブランディングで重要なポイントはここです 社員が自社の最強のファンになる

ファンとは、会社や商品が大切にしている「価値」を支持している人のことです。ファンには外側と内側があります。どちらも大事ですが、まずは内側の「社員が自社の最強のファン」になることがブランディングの条件です。

嫌いになろうと思って入社する人は誰もいません。それでも持っている力を発揮できない人がいます。あるいは退職してしまう人もいます。いろいろな理由がありますが、こんなことが根っこにないでしょうか。

入社してみたら想像と違った→モチベーションが下がる→モラルが劣化する→生産性が低下する……こういった負の連鎖が続くと、会社の雰囲気も業績も人間関係もどんどん悪くなっています。どうしたらしいのでしょうか。

社員が最強のファンになるためには、「お客様に共感してほしい価値と、社内のすべてのことが矛盾しない会社」を目指すことです。矛盾につながる阻害する要因を洗い出して解決していくことが求められています。

もう一つは、音楽でいうチューニング(音合わせ)です。給与や待遇をよくするだけではファンにはなりません。なぜならば、人は人にしか共感しないからです。自社が大切にしている価値を伝える「対話」が求められています。

## 第4回 BRANDING SEMINAR

○月○日○

00:00~00:00(4時間)  
(00:00~受付)

会場 □□□□□□□  
□□□□□□□□□□□  
□□□□□□□□□□

■参加料 お一人さま 0,000円(税込)  
※当日会場でお支払いください



ブランディングプロデューサー  
**櫻田 弘文** 株式会社クエストリー 代表取締役

### プロフィール

「ブランディングで中小企業と地域のいまを輝かせます」をミッションとする株式会社クエストリーを2003年に設立。

ブランドになることを目指す中小企業の情報のネットワーク「ブランディングクラブ」を主催し、これまで数多くの中小企業、地域、専門店、飲食店等のブランディングを支援している。

著書:『小さくても光り輝くブランド』ディスカヴァー・トゥエンティワン(電子書籍)がある。

連載:『地域で光る小さな会社』(毎日新聞社:ビジネスサイト・経済プレミア)

### 第1部

#### スピーチ: 櫻田弘文 (株式会社 クエストリー 代表取締役)

- ファンとは何か? ●なぜ社員がファンになることの理由
- ミッションが染み込む5つのステップ ●分身づくり ●ミッションの育成を妨げる10の言葉

### 第2部

#### ワークショップ

ワークショップを行い、社員がファンになることの理解を深めます(チームビルディング・マシュマロチャレンジ)。社員のファン化を腹に落として、お帰りいただくことを目指します。

お申し込みは右記QRコードで参加申し込みフォームを開き、下記をご記入ください。

- ・お名前(必須)・会社名(必須)・職種(選択)・E-mail(選択)
- ・講師へのご質問(任意)

**ダミー**

◆お電話でのお申し込みも受け付けています。□□□□□: 00-0000-0000