

一貫性のある顧客接点を継続的に展開しよう ミッションに基づき、ブランドの世界観をつくる

「世界観」という言葉を魔法のように感じる方が少なくありません。「世界観をつくるのが大事」「世界観で顧客を魅了する」という言葉をよく耳にします。しかし、その多くは「自分をいかによく見せるか」に終始しています。

ロゴの変更やデザインの一変はブランディングの一部に過ぎません。残念ながら、この段階で止まっている企業が少なくないのです。結果的に「ブランディングって成果につながらない」の一言で取り組みをやめてしまいます。

世界観とは「ブランドらしさを体現する独自性のある象徴」。その源は自社が実現したい「ミッション」です。ミッションに基づき、一貫性のある顧客接点を継続的に展開することで、独自の世界観を創り出せます。

本セミナーでは「世界観がもたらす5つのメリット」「世界観のキーワードづくり」「5つの顧客接点のステップ」「世界観をチェックする7つのポイント」を具体的な事例を交えて解説します。

「ブランディングは引き算」といわれるように、世界観の構築も合わないものを外していくことから始まります。ワークショップでは、自社の世界観を構成する要素の写真や現物を並べ、統一されていない部分を見つけ出します。

第6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)**

- 世界観とは何か? ●世界観がもたらす5つのメリット ●見直しの7つのステップ
- ミッション中心軸の構成 ●世界観のキーワードづくり

第2部 **ワークショップ**

ワークショップを行い、世界観のキーワードを設定し、自社の世界観をチェックします。世界観とは何かを腹に落として、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

主催



後援

ブランディングで中小企業と地域のいまを輝かせます
株式会社クエストリー
TEL: 03-5148-2508
QUESTORY <https://www.questory.co.jp>