



不確実性の時代に、選ばれ続ける理由 中小企業のブランディングはミッション経営である

スピーカー

櫻田 弘文

(株式会社クエストリー・代表取締役)



これまでお伝えしてきたブランディングの考え方を、今回あらためて見直しました。不確実性の高い時代だからこそ、軸が問われていると感じています。サロンでは、約60枚のスライドをもとに、「中小企業のブランディングはミッション経営である」ということをお伝えします。

ブランディングクラブ
オンラインサロン

4月2日(木)
17:30~19:00

- ◆Zoomによるオンライン開催
- ◆1社から何人でも参加可能
- ◆事前に参加の可否をご連絡ください

未来が読めない時代に考えること

最近のニュースを見ていると、つくづく、いまは、未来が予測できない時代だと感じます。「昨日の正解が、今日も正解とは限らない」……そんな環境の中で、中小企業は何を軸に経営をしていけばいいのでしょうか。

多くの会社は、差別化に基づくマーケティングやプロモーションで選ばれようとします。しかし、それだけでは一時的に選ばれたとしても、「選ばれ続ける」ことは難しくなっています。

これからの時代に必要なのは、「意味でつながる」こと。そして、その土台になるのが「ミッション」です。ミッションは、掲げるための言葉ではありません。日々の判断の中で使われてこそ、はじめて機能します。

判断の積み重ねが、ブランドになる

どの仕事を引き受けるのか。どんなお客さまと関わるのか。どんな商品やサービスを届けるのか。その一つひとつの判断の積み重ねが、関係と記憶をつくり、ブランドになっていきます。

今回は、クエストリーの櫻田弘文が、久しぶりにスピーカーを務めます。これまで中小企業のブランディングについてお伝えしてきましたが、今回は時間を30分延長し、ミッションの作り方も含め、もう一步踏み込んだ内容でお届けします。

4月から新年度を迎える会員の方も多いと思います。不確実性の高い時代をどう乗り切るのか。そのヒントとして受け取っていただけたらうれしいです。ぜひご参加ください。



ブランドは
経営という木に実る
果実です

こんな方にご参加いただけたら嬉しいです

- 経営に迷いや揺らぎを感じている方
- ミッションを組み立てたい方、見直したい方
- ミッションを日々の経営に活かしたい方
- ミッションを社内に浸透させたい方



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>