

「ブランド構築ロードマップ作成」 ～”不確実な時代のブランド強化方法”～



2017.3.15.
株式会社アルスターコーポレーション
代表 小島正好

レジメ「ブランド構築ロードマップ作成」 ”不確実な時代のブランド強化方法”

1. 不確実な時代はブランドを弱体化させる危険をはらんでいる
 - (1) ブランド弱体の事例 K社の事例
 - (2) ブランド弱体の原因は
2. ブランド構築のためのロードマップとは
 - (1) ロードマップの全体像
 - (2) ロードマップがなぜ必要なのか
3. ロードマップその① 問題の本質をさぐる「ブランド診断」を行う
 - (1) ブランド診断とは
 - (2) 売れる方程式とは
4. ロードマップその② ぶれないために「ブランドの設計図」をつくる
 - (1) ブランド設計図の考え方と仕組み
 - (2) ブランド設計図づくり ステップ
 - (3) ブランド設計図 チェックポイント
5. ロードマップその③ 実行するための「戦略的ブランドマネジメント」
 - (1) 「戦略的ブランド・マネジメント」の考え方
 - (2) ブランドを見える化する“ブランドスコア”
 - (3) 販売戦略での見える化活用 “キー・アカウント・スコア”
6. ロードマップその④ 戦略をエリアから遂行し、強化する「エリア・マーケティング」
 - (1) 今日的マーケティングの限界
 - (2) エリアマーケティングのねらい
 - (3) エリアマーケティング事例
7. ロードマップその⑤ 革新的な商品を開発する「潜在ニーズのアナリシス」
 - (1) 潜在ニーズを論理的に見つける方法
 - (2) 消費者がブランドやカテゴリーを「評価する基準」を掴む
 - (3) イノベーションを起こすには