

ブランディングで付加価値向上! 選ばれる企業になるための経営戦略



Contents

- ・ 寄稿
中小企業ブランド戦略のススメ!
～ブランド構築までの9つのステップ～… 6～8頁
- ・ ブランド戦略構築支援事業のご案内… 9頁
- ・ 事例① 栗山縫製(株)… 10頁
- ・ 事例② (株)サレア化研… 11頁
- ・ 事例③ (株)ヤスエイ… 12頁

寄稿

中小企業ブランド戦略のススメ! 「ブランド構築までの9つのステップ」

(株)doushi 代表取締役/ブランドマネージャー 清水章充氏

はじめに

新型コロナウイルス感染症収束後、多数のブランディングの講座を行い、合計300名以上の経営者の方々に参加申込をいただいています。それだけ、ブランディングへの関心が高まっていると言えるでしょう。

その中で感じることは、ほとんどの企業は社内にブランディングの専門家がおらず、パートナーを探す必要性があるということ。しかし、そこに高いハードルがあることが皆様の質問から分かってきました。

ブランディングに取り組むにあたり「どのようなパートナーを選んで良いかわからない」という問題です。10年前に比べてブランディングがビジネスの現場で当たり前に使われる言葉になったことで「ブランディングを仕事にしている」と口にする支援業の方々の数も増えました。

そのような状況下で自社にとって

ぴったりのパートナーと出会うためには、まずブランドの作り手である御社自身が最適なパートナーをセレクトする目を持つことが大切です。

この寄稿文では、ブランドを作っていくにあたって①どのような手順が必要なのか②それぞれのステップでどんな作業を行うことが必要なのかをお伝えします。その知識を得た上で、パートナー候補と向き合っていくだけで、御社にとって最適なパートナーを選ぶ目を養っていただければ幸いです。

■ブランド構築のステップ

ブランドは9つのステップをひと

この続きは会員事業所
のみご覧いただけます