

誌上相談室 Q&A

【テーマ】

**経営者の方必見!!
「ブランディング」を理解し、
効果的な販促を♪【前編】**



「ブランディング」…よく耳にするけど、説明が専門用語だらけで、いまいよく分からないという方が多いと思います。「事業に必要なの?」、「クリエイターとのつきあい方はどうするの?」、「出会い方は?」など、どこから手をつけていいか分からない全ての経営者の皆さまのために、今回は知ってるようで意外と知らない「ブランディング」について、基本的な意味やその大切さ、活用メリットについて解説します。

Q ブランディングとは何ですか?



A 私は「企業の思いを商品やサービスにのせて、それに共感したファンを獲得する一連の行動」と定義しています。その積み重ねがブランドの価値を高め、さらなる売り上げにつながっていきます。

例えば、店頭で商品パッケージを手にとると、今まで蓄積されたブランドの良イメージが頭の中に浮かぶ事があると思います。また、新商品であっても、そのブランドに期待と信頼を込めて購入される方が多いと思います。数多くの商品の中で、自社の商品を選んでいただくためには、ファンの方々に無意識に届く「良いイメージ」を意識的に発信していく必要があります。

また、サービス業や製造業などにおいても、そのサービス内容、ロゴマーク、写真などのビジュアル、コピー(メッセージ)、価格、店員の接客態度から店舗の雰囲気の詳細に至るまで、五感に訴える物全てがイメージを形成しています。特に、情報の7割程度は視覚から得られると言われ、視覚的に伝える事ができるデザインが重要だと言われています。

最近SNSをはじめとする個人発信の機会が普及し、誰もが情報発信や価値創造の「主役」になれる可能性がある時代です。ファンになった顧客の体験や評

判が大きな影響を持つようになり、これまでのテレビや新聞などのマス媒体を用いた企業側からの情報発信に加え、顧客からの「口コミ情報」による認知も重視されてきています。ブランディングを成功させるためには、顧客に対して、企業の揺るぎない思いをもとに、「どう見られたいか」を常に意識していく必要があります。それから、関わる全ての方々が「ブランドを大切に育てていく」という気持ちを持つことが重要です。

Q ブランディングができていないと、どんな問題が起きますか?

A 単純に言えば、せっかくファンになった顧客も商品を見つけるのが困難でリピートしにくくなります。そればかりか、思いが伝わらない物は、数多くの商品の中に埋没してしまい、新しい顧客の獲得はますます難しくなります。そうなるため、値下げしても商品が売らなければならなくなり、利益の低い中で厳しい価格競争等が予想されます。

Q ブランディングによって、どんな効果が得られますか?

A 共感するファンを獲得し、売り上げを向上させることはもちろんですが、その他にも、従業員の方々が自社に誇りを持つようになります。また、経営者の考えがダイレクトに伝わりやすくなるため、自分のすべき事が明確になり、会社全体の士気が高まります。

さらに、別の視点で見ると、取引先や求人相手がファンになってくれるため、いい取引やいい人材を獲得できる可能性が高まることも考えられます。

Q どこから手をつけていけばいいのですか?

A まずは、信頼できるクリエイターを見つけてください。仙台商工会議所では、多くの経験と能力を有する専門家がエキスパート・バンクに登録しています。この制度を活用した専門家へのご相談や、ビジネス交流会などで相性のいい人を見つけていくのも、ひとつの方法です。

出会ったクリエイターには、経営者である皆さんからご自身の言葉で、会社名やロゴマークの由来、経営方針、歴史、良い面や悪い面など、できるだけ多くの情報をクリエイターに伝えてください。また、現場や工場見学など、体験可能なことはできるだけ行いましょう。クリエイターは五感をフル活用し、全力でヒアリングしますので、情報が多ければ多いほど、経営者の皆さんの思いがクリエイターに伝わります。

ダイレクトに思いを伝え、それをクリエイターと共にブランディングしていく過程を、1人でも多くの経営者の方に体験していただきたいと考えています。次回は、ブランディングの具体例を交えながら解説していきます。

【回答】

当所エキスパート・バンク登録専門家

ほさかデザイン事務所

(仙台市青葉区)

代表

保坂 昌秀氏

