代経営者のための

ビジネスサミット

2021 October

中小企業を元気にする

勝ち続ける組織文化

中小企業のための
ブランディング入門

村尾隆介氏

『ミズノ』世界で愛される「日本的企業」の秘密（ソフトバンク）

Profile

なので、「また」と「ターター」を掛けたんです。ちょっとした遊びのつもりでしたが、このアイデアが、後に会社全体のイベントにデザインに使われることになりました。

イベントにデザインに使われる

参加者の多くが、SNSで投稿してくれたんです。

とで、メディアにも取り上げられました。参加者の多くが、SNSで投稿してくれたんです。

こんなふうに、真面目な話ばかりをすることで、メディア露出ができます。こうした広報効果も、参加者を集めることも、参加者を巻き込むことも、ブランディングをすることで、メディア露出ができます。こうした広報効果も、参加者を集めることも、参加者を巻き込むことも、ブランディングをすることで、メディア露出ができます。

登場回数がバロメータ メディア露出倍増のブランド戦略

中小企業のためのブランディング入門 第10回

国内市場の縮小や新型コロナウイルスの影響等、経済環境が変わる中、従来のビジネスや会社のあり方のままでは生き残れない時代になってきている。自社の強みや存在意義を明確にし、あらゆるステークホルダーとの関係性を高め、認知をさせていくブランディングについて、事例を交えながら

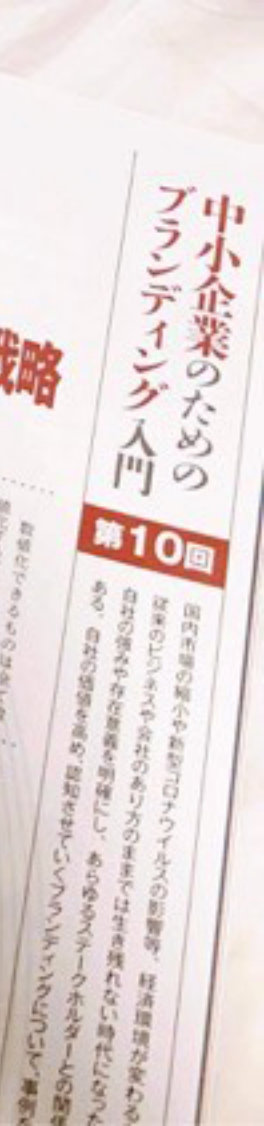
小さな会社が社会貢献活動の一つでも積極的にブランディングを

ベントを行うだけのこと、そのイベントは単なるイベントとしてではなく、ブランディングがうまくいっているかを測るために、大小問わず、メディアへの露出の状況が高まれば、ブランドメディアは、価値のない会社のほしないもの、小さなイベントディアに取り上げられやすいのか、ノウハウをご紹介します。

ブランディングとは、「なるほど、ここまでやるのか」ということを「他に差別化できるものは全て整理する、これがビジネスの肝です。ブランディングがうまくいっているかを測るために、

ベントブランディング、ここで「特な世界観」と「デザインの統一感」、さらには「個別な価値」を提供してもらうといいかもしれません。

顧客などへシャンプーといったライフは、社員数11名の、地域ゴのことには、知名度を誇る小さな会社、とタグラインが印字されており、社長の今井百的氏に象徴されることでしょう。

サロンの経営も行うワンダフルに価値した会社です。会社のロ

顧客の方々をを