

～ 企業におけるブランドの課題を“見える化”する～

業界初！自社ブランドの強化課題を 2 週間で抽出する診断サービス！

“2week ブランド診断 「Clear(クリア)」” 10 月 16 日 新発売

ブランドマネジメント(1)のコンサルティングを行う株式会社ブランドイノベーション(東京都目黒区2-13-10 代表取締役 武内良正)は、ブランドの課題を社内調査により診断し、**2週間で「重要度」「実行度」の観点から課題を抽出し、課題に「優先順位付け」を行う“2weekブランド診断「Clear(クリア)」**”(http://www.brand-innovation.com/services)のサービスを10月16日に開始致します。

(1)ブランドマネジメント...様々なブランドの活動を実行のみで終わらず、プロジェクトごとにKPI(管理指標)を設定し、効果測定を行いながらブランドをPDCAサイクルに基づき管理する手法。詳しくは (<http://www.brand-innovation.com/about/features.html>)

< 商品概要 >

一般に、企業における課題とその解決策の80%は自社内に存在していると言われています。しかし、企業には、社員が重要だと分かっているにもかかわらず実行されていない施策が沢山あります。反対に社員が重要と思っていないのに、実行され続けている無駄な施策も沢山あり、それらが、きちんと整理されず社内でも共通のコンセンサスが得られない状態に陥っている企業が少なくありません。

“2week ブランド診断「Clear(クリア)」”は、社員向けの簡単な調査によって、自社のブランド診断を2週間で手軽に行う、ブランド診断ツールです。診断方法は、ブランドの発信に関する要因である『アウトコミュニケーション』(2)、社内におけるモチベーション要因である『インナーコミュニケーション』(3)、顧客接点の『タッチポイント』(3)で構成された設問(設問数76・実施時間は約40分)を、社員の方を対象にWEB上で答えてもらいます。その結果を『重要度 どれくらい重要と感じているか』と『実行度 どれだけ実行できているか』でクロス分析した上でブランドの重点課題を抽出します。その後、抽出された課題に対して優先順位をつけ、具体的な解決策を提案します。これにより、抽出された課題と解決策を“見える化”し、マネジメント層が一目で自社におけるブランドの状態を把握し、課題に合わせた解決策を的確に実行することが可能となります。

従来は、こうした調査から施策の導入までに、多くの時間と膨大なコスト(数百万～数千万円)が必要でしたが、“2week ブランド診断「Clear(クリア)」”の開発により、短時間で低コストの診断が可能となりました。

その他の機能として、役職・部署・事業所ごとの解決すべき課題が明確になります。また、これにより、組織の階層における、課題意識のギャップが明らかになります。

(2)アウトコミュニケーション...顧客やマスコミ・リクルート希望者・協力会社などブランドを取り巻く関係者に対する対外的なコミュニケーション活動。

(3)インナーコミュニケーション...社外へのコミュニケーションであるアウトコミュニケーションとは反対に、ブランドを形成する社員へのブランド啓蒙活動・モチベーション向上を狙ったコミュニケーション活動。

(4)タッチポイント.....ブランドが顧客や従業員その他ステークホルダーと接触し、印象を形成するすべての接点。主に、広告・店舗WEBサイト・接客員・電話対応などが挙げられる。

< 次項にサービス詳細の説明を記載しておりますのでご確認ください >

< 開発の経緯 >

- ・「自社のブランド力強化が大切というのは何となく理解しているが 何をすることがブランド力の強化に繋がり、まず何をすべきかを的確に把握できていない」
- ・「共通のコンセンサスを得られる中期経営計画を立てたいが、どうすればよいのか分からない」
- ・「調査はもうたくさん！現状把握ではなく、具体的な施策を行いたい！」

今までこのような方の声を容易に解決する明確な手段は存在しませんでした。そして、仮に第三者機関へ依頼した場合においても莫大なコストと時間を要していましたが、これらの声を解決するだけでなく、本サービスにWebシステムを用いることによって、短期間、低コストでの提供が可能となりました。

< サービス詳細 >

調査項目について

1. アウターコミュニケーション

社外に発信する様々な情報に関する設問を **32 問**（事業内容、商品認知、会社認知など）

2. インナーコミュニケーション

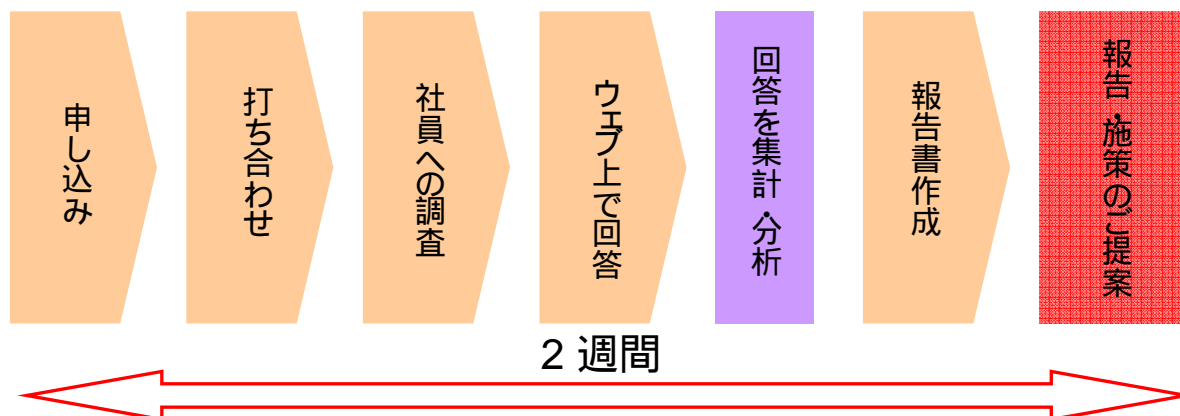
社内で共有する様々な情報に関する設問を **32 問**（企業理念、組織風土、施設環境など）

3. タッチポイント

企業が接する主な広告媒体・広報戦略に関する設問が **12 問**（広告・広報効果の測定・調査）

計 **76 問**の設問に答えていただきます。 * 調査手法は、ウェブの他、紙媒体での調査・診断も可能です。

分析から報告までの流れ



以上の流れで、調査から解決策の提案までを 2 週間でを行い、ブランド価値の向上に効率的につなげていきます。

対象企業

50 名以上の社員がいる企業を対象としています。

主に経営陣・部門責任者が対象。その他、宣伝・広告関連、広報部などの利用を見込んでいます。

< 次項(ページ3)に料金体系・会社概要・代表プロフィールを記載しております。ご確認ください >

< 料金体系 >

料金は調査する社員数によって変動します。詳細は下記の表をご参照してください。

基本料金	50名様～300名様	301名様～500名様	501名様～1000名様	1001名様～
	¥350,000-	¥490,000-	¥790,000-	応相談

診断料金 (1名様あたり)	50名様～300名様	301名様～500名様	501名様～1000名様	1001名様～
	¥4,500-	¥3,900-	¥3,300-	応相談

追加オプション	分析軸追加分 @¥50,000- / 単位	5軸までは基本料金に含まれます。
---------	-----------------------	------------------

以上

< 会社概要 >

会社名 : 株式会社ブランドイノベーション Brand Innovation Inc.

設立 : 2004 年 4 月 5 日

資本金 : 5000 万円

代表者名 : 武内良正

住所 : 〒153-0064 東京都目黒区下目黒 2-13-10 RK ビル 2F

< 代表・武内良正 プロフィール >

北海道大学農学部卒業後、食品会社研究開発部門にて、新製品企画・開発に従事する。

株式会社日本能率協会コンサルティングにて、コンサルタントとして製造業等の新商品企画・新事業開発に従事、その後株式会社インターブランドジャパンにて、エグゼクティブコンサルタントとして、各種製造業・サービス業・金融業・官公庁のブランド評価、ブランド戦略、ブランドマネジメントのプロジェクトに参加。株式会社ベネッセコーポレーションにて、ブランドマネジメント室室長として、ブランドマネジメント体制構築に携わる。

株式会社 ブランド イノベーションを設立、代表取締役社長 兼 CEO に就任する。

< 実績 > 日経産業新聞「企業ブランド価値評価」の監修を担当

プロフィール詳細 (<http://www.brand-innovation.com/about/message.html>)

株式会社ブランドイノベーション Brand Innovation Inc.

〒153-0064 東京都目黒区下目黒 2-13-10 RK ビル 2F

Tel: 03-5759-4620 担当: 柳谷

URL : www.brand-innovation.com E-mail : info@brand-innovation.com