

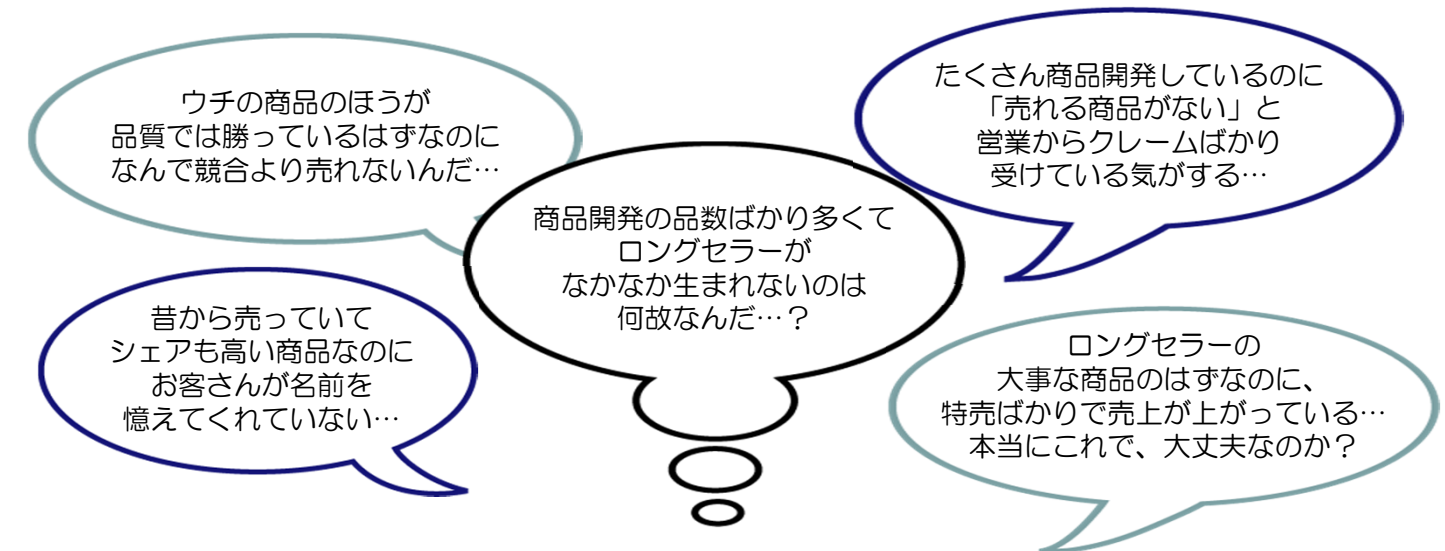


# 第4回 ブランドマネジメント講座

～顧客が共感する「価値」としてのブランドを  
徹底して学ぶ2日間～

2017年6月2日(金)・6月16日(金) 10:00～18:00

ブランドは、**競争優位**をもたらします  
ブランドは、**長期的に優良顧客**を生み出します  
ブランドは、**コスト効果**に繋がります  
ブランドがなければ、**価格競争の渦**に巻き込まれます



## 自社の問題解決を図る、実践的講座です！

ワークショップでは、自分の課題にアプローチ。  
講師や受講生同士の自由な意見交換で、すぐに役立つ実践講座です。

このような方に  
受講をお勧めします

- ・ブランドの管理方法を一から学びたい実務担当者
- ・ブランドの運用やリニューアルなどが課題の実務担当者
- ・ブランディングを基礎から学びたい方

### セミナー概要

【日程】 全2回のプログラム

2017年 6月 2日(金) 10:00～18:00  
6月16日(金) 10:00～18:00

【費用】 CMSメンバー :1名 70,000円  
(+消費税:5,600円)  
一般 :1名 84,000円  
(+消費税:6,720円)

※同一企業、2名以上でのご参加の場合は、ご相談ください

【会場】 京華スクエア 中央区立ハイテクセンター  
東京都中央区八丁堀三丁目17番9号

<最寄駅>

・地下鉄日比谷線・JR「八丁堀駅」A3出口徒歩2分  
・地下鉄浅草線「宝町駅」A1・A2出口徒歩5分

【定員】 15名

※最少催行人数に達しない場合、  
講座が開催されない場合がございます

### 講師プロフィール

齊藤 誠 氏

株式会社 創造開発研究所 代表取締役社長



早稲田大学政治経済学部経済学科卒業。国内及び外資系広告会社に通算22年間勤務し、DHL、マレーシア航空、香港観光局、ロールスロイス・ベントレー・フェラーリ、三共製菓、ジャックダニエル・アーリータイムス他のマーケティングを担当。その後ダイレクトマーケティングサービスを提供する会社の取締役副社長として海外通販ブランドの日本展開を主導する他、CRM業務を実施。2006年より現職。JTB、富士通関連企業、実践女子大などのブランド開発を行う。創造性に基づく企業戦略の他、マーケティング全般、特にブランディング、広告・PR、ダイレクト・マーケティングを専門分野としている。近年では地方自治体で観光地域マーケティングを実施。また東洋大学、職業能力開発総合大学校等の大学で講師として創造性等を講義。

【著作】

「企画書・提案書の書き方」日本実業出版社  
「まねて書ける企画書・提案書の作り方」日本能率協会マネジメントセンター  
「企画立案の教科書」阪急コミュニケーションズ  
「心理誘導カトレーニング」TAC出版  
「企画書の書き方」を「Think!」他各誌に執筆

本講座へのお申込みは、下記ホームページからアクセス。

<http://www.marketing.or.jp/>

お問い合わせ先

1957年設立の販売実務協会の志を引き継ぎマーケティング共創協会は活動しています



一般社団法人マーケティング共創協会

〒104-0041 東京都中央区新富1-8-2, 4F

TEL:03-3297-3141 FAX:03-3297-3810

E-mail / [mcca@marketing.or.jp](mailto:mcca@marketing.or.jp)



◆この講座の特徴

- 1 ブランド管理を基本から学び、実際の自分の商品で考えて頂く講座です**  
ブランドマネジメントとはいうが、実際にはどのように管理していけばいいのかわからない...という現場の戸惑いに答えます。現在、ブランド管理が満足に出来ていない、とお考えの企業にお勧めです。
- 2 具体的な事例で、ブランドの管理方法をリアルに学ぶので、即時活用できます**  
事例や例題を使いながら、どうやって考えて行けばいいのかわかるように学びます。ブランドとは何か？を知るだけでなく、ブランドの活用方法、ブランドをダメにする行為や外してはいけない勘所など、具体的に事例で学びます。

- 3 ワークショップで明日からの業務に役立つシートの使い方を学ぶ**  
ワークショップを活用し、実際に業務で使えるワークシートをご提供します。ワークショップで使い方も実習できるので、明日からの業務ですぐに利用できます。社内で共有できるツールとなります。

ブランド事例について...  
セミナーでは、食品、化粧品、飲料、酒類、衣料品、家電、観光他の商品・サービスブランドや企業ブランドの事例を豊富に各パートの中で紹介します。

◆プログラムの概要

■ 第1日目 6月2日(金) 10:00~18:00

■ 第2日目 6月16日(金) 10:00~18:00

Part1 ブランドとブランドマネジメント

1. ブランドとは
2. ブランドの種類と構造
3. ブランドの効果と重要性
4. ブランドマネジメントとは
5. ブランドマネージャーの役割

◆ワークシート  
「ブランド現状分析チェックリスト」

ブランドの現状分析チェックリスト	
1. 【問題設定】ブランド上の問題点は？ 現状を把握し、重要順に記述する。	現状の問題点は何か
2. 【問題分析】上記問題の原因は何か？ チェックリストを参考に、どのようなアプローチで、またいつ程度解決を目指すか	問題の原因
3. 【問題解決】上記問題の解決策は何か？ チェックリストを参考に、どのようなアプローチで、またいつ程度解決を目指すか	問題の解決策

Part2 ブランド分析と課題発見

1. ブランドライフサイクルとは
2. ブランドの衰退例、失敗例
3. 自社のブランドの現状を知る、ブランドマネジメントのチェックリストとは

**ワークショップ1:**  
チェックリストを用いて、自社や自社ブランドの問題点を探る  
\*パーソナルワーク&グループ討議

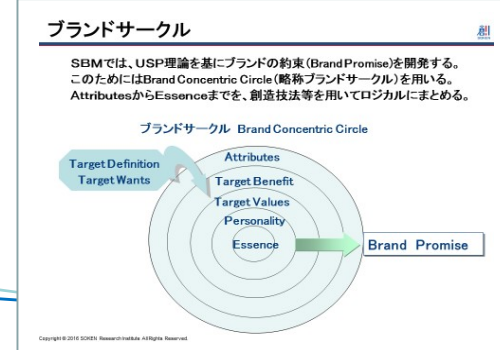
Part3 ブランド開発のステップとコンセプト構築方法

1. ブランド開発とは
2. ブランドコンセプト開発の手法
3. 商品・サービスブランド コンセプト開発の実際
4. コーポレートブランド コンセプト開発の実際

\*セルフブランディング手法も講義します。

**ワークショップ2:**  
各自で自社や自社商品のブランドコンセプトをつくる  
\*パーソナルワーク(このワークは、宿題)

◆ブランドコンセプト開発手法

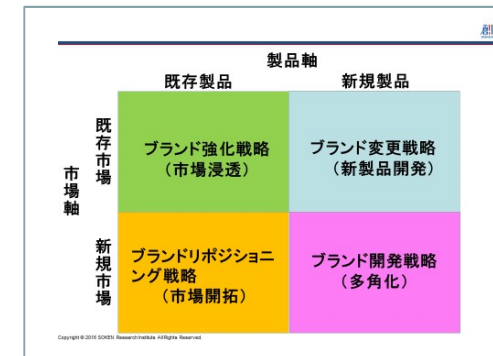


Part4 事例で知るブランド戦略の方法と、戦略立案の実際

1. ブランド体系と、3つの基本戦略を知る
2. ブランドが生き残るための維持、再活性化戦略を事例から学ぶ
3. 自社ブランドを活性化する、ブランド戦略の立て方を知り、実際に戦略をたててみよう

**ワークショップ3:**  
ワークショップ1の結果を基に、自社や自社ブランド戦略を立てる  
\*パーソナルワーク&グループ討議

◆市場とブランド戦略



Part5 ブランドコミュニケーションの方法

1. ヒットブランドのネーミングなど、表現要素の開発を各種事例から学ぶ
2. ブランドコミュニケーションの5つの要点を事例から学ぶ



昨年参加者の声

ブランドの起源からブランド戦略に至るまで、一通り事例を交えながらの講義で非常に為になった。実際、自社ブランドを課題にフレームワークを活用し講義が進んだため理解促進にも繋がった。ブランドを考えるには良い講座だと思うので、是非、興味がある人には参加してもらいたい。(飲料メーカー 男性)

- ・仮想ではなく、実際の自分のブランドの見直す機会ができたこと。
- ・感覚で行っていた事柄が理論として教えていただけたことで自分の知識に自信が持てるようになった。
- ・業界外の方からの率直な意見が聞けたこと。(外食産業 女性)
- ・実際の実事例ベースのお話を加が得た点が非常に良かった点
- ・グループワークで他社様の目から、自社のブランドの立ち位置をコメントいただくことが出来た点
- ・少人数だったので、質問もしやすく、良い規模感だった(自動車メーカー 男性)

初回終了後、懇親会を行います。強制参加ではありませんが、参加者との交流のため是非ご参加ください。