

第1081回 マーケティング創造研究会

日時 2012年11月28日(水) 14:30~16:30
テーマ 売れるブランドをつくる視覚マーケティング3つのポイント
～トーン&マナーを使った魅せる戦略をマスターする～
講師 株式会社 ウジパブリシティ 代表 ウジ トモコ 氏
会場 ハロー会議室新富町(東京都中央区新富2-14-7 新光第一ビル7F)
料金 研究会会員—2名様無料 追加1名様につき10,500円 情報会員—1名様10,500円
一般 —1名様15,750円

自社商品のデザインをもっと良くしたい! 消費者に“好きだ”“すてきだ”“高級だ”と思われるには……。 計算されたデザイン戦略を盛り込んだ優れたデザインは、人の無意識や潜在意識のレベルにまで入り込んでいき、狙い通りの反応を得ることができる。

今回は、ビジュアルディレクターとして数多くの企業の新規事業開発、事業転換期のデザイン戦略を立案されてきたウジ トモコ 氏を講師にお迎えし、下記内容からご解説いただきます。

1. 視覚マーケティングとはなにか?

あなたの会社の商品、サービス、ブランドイメージはどんなふうに見られている?

経験経済…ブランドは「体験」から生まれる

知財としてのデザイン

意味としてのデザイン

2. すべてのマーケティングにビジュアルが重要な時代

1.0 …「製品中心のマーケティング」

2.0 …「消費者志向のマーケティング」

3.0 …「価値主導のマーケティング」

Value Innovation

Willingness to pay

3. 事例から学ぶトーン&マナー戦略

なぜ、ロゴではなくてトーン・アンド・マナーが重要なのか

BtoC 事例…(新商品開発/既存商品のデザイン改善)間違えられてはいけない方向を意識する

BtoB 事例…(リ・ブランディング)リ・ポジショニングデザインマーケティング

CtoB 事例…ロゴタイプデザイン&ソーシャルアイコンで「魅せる戦略デザイン」を実践してみましょう

※「トーン&マナー」とは、ある企業や商品にただよう“雰囲気”や“世界観”のことです。

【ウジ トモコ 講師のプロフィール】

株式会社 ウジパブリシティ 代表

多摩美術大学デザイン科卒業。広告代理店、プロダクションにて、大手企業のクリエイティブを担当。1994年独立。大手上場企業の女性向け商品やブランド品の販促に携わると同時に、CI、WEB 連動をふまえた中小企業のマーケティング・ブランディングに従事。ビジュアルディレクターとして数多くの企業の新規事業開発、事業転換期のデザイン戦略の立案に携わる。

著書:『デザインセンスを身につける』(ソフトバンク新書)2011.9

『売れるデザインのしくみ・トーン・アンド・マナーで魅せるブランドデザイン』(BNN 新社)2009.10

『視覚マーケティング実践講座』(インプレス)2009.9

『視覚マーケティングのススメ』(クロスメディア・パブリッシング)2008.4

セミナー終了後、「放課後座談会」を開催!! (16:30~17:30) ご参加ください。