



セミナー概要

【日程】 全2回のプログラム

2016年 3月 1日(火) 10:00~18:00
3月11日(金) 10:00~18:00

【費用】 CMSメンバー :1名 64,800円
(参加費:60,000円 消費税:4,800円)
一般 :1名 77,760円
(参加費:72,000円 消費税:5,760円)

※同一企業、2名以上での参加の場合は、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

【定員】 20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

<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

昨年参加者の声

2日間という長く感じるかもしれませんが、実際は中身が濃く、アウトプットしながらなのであっという間です。この講座では、自社商品のブランディング戦略をセミナー中に構築でき、かつその他の参加者達から消費者目線でフィードバックが得られるので、自社内だけでブランディングを考えているよりも早く正確にブランディングが構築できます。

講師の講義も分かりやすく、聞きながら様々なアイデアが浮かんできました。

ブランディングが必要だと感じながらも、何から手をつけていいか分からず漠然としている場合は、ブランディングがどういうものか明確になっていきますので、お勧めです。(20代女性 日用品メーカー)

聞くだけの「授業」ではなく、自社ブランドの問題点を他社の出席者の意見もききつつ見直せるよい機会だと思いました。これから参加する方には、予め自社ブランドの悩みを整理し、具体的な仮説を持った上で臨まれることをお勧めします。(30代男性 化粧品通販)

※昨年の内容から、更に具体的な自社ブランドの課題を整理するワークショップを充実しました。

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

第3期 ブランドマネジメント講座

～自社のブランド管理を一から見直すために～

情報、商品、全てが過多になった時代。お客様は、何を基準に商品を「選択」するのでしょうか？
値段？ お得感？ 機能・性能？ はたまた、感覚・感性？

これからは、企業が生き方を問われる時代だと思えます。企業の生き方を示し、企業がそのものが
選択される時代。だからこそ、**ブランドはとて大事な資産**になると考えます。これからの時代を、
生き抜く準備としての「ブランドマネジメント」を一度、基礎から学んでみませんか？

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

開催日： 2016年 3月 1日(火) 10:00~18:00
3月11日(金) 10:00~18:00

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

第3期 ブランドマネジメント講座

～自社のブランド管理を一から見直すために～

◆この講座の特徴

1 ブランド管理に悩む企業担当者に向けた講座です

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具体的に学ぶ内容

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んで頂きます。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。

◆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、三共製薬、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、CRMを専門分野としている。

また東洋大学、職業能力開発総合大学校等の大学で創造性等を講義。

【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

講師から一言

これまで40年間マーケティングの世界で様々な商品やサービスブランドの仕事をし、またJTBをはじめ幾つかの企業のブランディングも手がけてきました。その経験から実践的な話をさせていただきます。特にブランドづくりでキーとなるブランドコンセプトの開発については、私のノウハウを公開します。どこの本でも学べないブランドづくりの方法です。ぜひご参加ください。

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

◆プログラムの概要

■ 第1日目 3月1日(火) 10:00~18:00

Part1 ブランドマネジメントとブランドマネージャー

1. ブランドのもたらす効果と、ブランドの重要性
2. ブランドマネジメントとは
3. ブランドマネージャーの役割

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 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2:ワークショップ1の結果を基に、を使って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

■ 第2日目 3月11日(金) 10:00~18:00

Part4 ブランド開発のステップとコンセプト開発

1. 新しいブランド開発をするために知っておくべきステップとは
2. ブランドで大切なのはコンセプトづくり。本では教えてくれないブランド開発のメソッドを知ろう
3. 学んだメソッドを使って、コンセプト開発をやってみよう

ワークショップ3: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&グループ討議

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

Part6 ブランド戦略のポイント

1. ブランド戦略のPDCA
2. ブランドの管理とリスク対応

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豊富な事例を各Partの中で紹介します。

