

コース名	ずっと愛されるブランドづくり ～持続的な成長を支える、魅力的なブランドのつくりかた～			
研修のねらい	経営資源が限られていることを理由に、ブランドを持つことをあきらめてしまっている企業も多いのではないのでしょうか。どんなに小さな企業であっても、必ず顧客をひきつける魅力があり、それを上手く仕立てることで、ブランドに高めることができます。 本研修では、ブランドについての理解を深めていただきながら、演習を通じて、新しい事業や商品・サービスのブランドづくりを体験していただきます。			
研修の特長	<ul style="list-style-type: none"> これまで自社の商品・サービスのブランドづくりをあきらめてしまっていた方におすすめします。 2日間の研修時間内にグループによる情報収集、ディスカッションや課題演習、発表などを多く取り入れています。 			
会場	中小企業基盤整備機構 本部 9階会議室（東京都港区虎ノ門3-5-1 虎ノ門37森ビル）			
研修期間	2025年2月13日(木曜)～2月14日(金曜)〈2日間〉 (詳細)第1回2025年2月13日(木曜),第2回2月14日(金曜)			
受講対象者	経営者、経営幹部、管理者、管理者候補 ・ブランドやブランディングについて学びたい方 ・マーケティングやフレームワークに興味関心がある方 ・自社のブランドを、つくりたい/強くしたい方	定員	20名	受講料 22,000円

日付	時間	科目	内容	講師
2/13 (木)	9時20分～9時30分	オリエンテーション		
	9時30分～12時30分	企業にとって、なぜブランドが重要なのか	近年、企業を取り囲む環境は激変しています。中小企業が持続的な成長を目指すには、小さくてもキラリと光る魅力的なブランドが必要です。 顧客を知り、求める「価値」を提供していくために、ブランドづくりの基本を学びます。 <ul style="list-style-type: none"> ブランドの意味とブランドがもたらす効果 経営戦略とブランドづくり 企業ブランドと商品ブランド 	榊原 ひろ子 ブリッジ・コミュニケーションズ 有限会社 取締役
	13時30分～17時00分	ブランドの核をつくる (事例研究と演習)	ブランドを構成する要素について学び、ブランドづくりの基本フレームを使って、事例研究を行います。フレームワーク演習を通じて、ブランドに対する理解を深めます。 <ul style="list-style-type: none"> ブランドづくりの基本フレーム 3C分析と重要成功要因とは 顧客像/提供価値/獲得したいブランドイメージを組み立てる 	榊原 ひろ子 ブリッジ・コミュニケーションズ 有限会社 取締役
2/14 (金)	9時30分～12時30分	未来のブランドをつくる (課題演習)	事例研究とフレームワーク演習を学んだ上で、当該企業（前日に事例研究した企業）の未来のブランドづくりを課題として実践型の演習に取り組みます。 <ul style="list-style-type: none"> 未来に向けてのシナリオづくり 未来のブランドづくり（顧客像/提供価値/ブランドコンセプト） ブランドの伝え方（ブランドコミュニケーション） 	高橋 一星 ブリッジ・コミュニケーションズ 有限会社 プランナー
	13時30分～17時00分	未来のブランド (発表会) まとめ ーブランドを継続するにはー	当該企業の未来のブランドについて、社内プレゼンを模した発表会を行います。 あわせて自社に応用するための、ブランドづくりのポイントを考察します。 <ul style="list-style-type: none"> 発表会と講評 自社でのブランドづくりを成功させるポイント 	榊原 ひろ子 ブリッジ・コミュニケーションズ 有限会社 取締役
	17時00分～17時10分	修了証書の授与		

※カリキュラムは都合により変更する場合がありますので予めご了承ください。

講師氏名	略歴
榊原 ひろ子 (さかきばら ひろこ) ブリッジ・コミュニケーションズ 有限会社 取締役 シニアブランドコンサルタント	民間の社会学系シンクタンクや広告代理店勤務を経て、2005年より現職。ブランディングを中心に、マーケティング・コミュニケーション戦略の企画立案を数多く手がける。生活者視点での商品開発から市場導入までの経験も豊富。早稲田大学大学院商学研究科修了（MBA/MOT） 早稲田大学リサーチイノベーションセンター アントレプレナーシップセクション シニアコンサルタント 日本ベンチャー学会、日本マーケティング学会会員。
高橋 一星 (たかはし いっせい) ブリッジ・コミュニケーションズ 有限会社 プランナー	2020年、プランナーとしてブリッジ・コミュニケーションズ有限会社に入社。クライアント企業との共創型プロジェクトにおいて、新商品開発/新ブランドのコンセプトメイキングからネーミング開発/コピーライティングまでワンストップで参画している。上智大学総合グローバル学部卒。