

兵庫県代協・支部合同セミナー 「代理店のブランドづくり」

兵庫県代協(鈴木美恵子会長)は8月25日午後2時から神戸市中央区の神戸市勤労会館で兵庫県代協・支部合同セミナーを開催した。

められているのは組織の活性化やコンプライアンス順守など目立った代理店の業務の変化に我々も変わっていく必要がある」と挨拶。

代理店のブランドを考える。品質が土台となり、その品質を超えた部分がブランドとなる。いい品質のサービスづくりは必ずしも

売の手側はどのようなブランドになりたいのか。ブランド・アイデンティティの明確化を行い、消費者の心の中に明快なブランド・イメージを焼き付ける。ブランド

ブランドはあれもこれも訴えるのではなく、余分なものを引き算していくことで鮮明になる。ミニトマトの例を挙げながら、パッケージやホームページ、ロゴなどブランド要素の統一性、一貫性を訴えた。さらには皮が厚いトマトを歯ごたえのよいトマトとし、弱みを強みに変えた。

最後に「ブランドを構築するには継続的な取り組みが大切」と結んだ。

セミナー開催にあたり、磯崎比呂志副会長が「今日は静岡県立大学の岩崎先生をお招きし、経営について勉強したいと思います。今代理店に求

セミナーは、静岡県立大学経営情報学部・岩崎邦彦教授の「ブランドづくりとは何か?」保険代

理者の1000人に聞いた「強いブランドの条件」とは①コンセプトが明確、②イメージが明快、③感性に訴求、④情報発信力、⑤口コミ発生力である。

一方、消費者から見た強いブランドの条件とは、①独自のポジション、④低価格ではないこと、⑤

自らが関わっているミニトマトのブランドینگ戦略でミニで高糖度という新たなカテゴリーをつくった。③はお客様と共に

になれるカテゴリーを新たに作る。岩崎教授は自らが関わっているミニトマトのブランドینگ戦略でミニで高糖度という新たなカテゴリーをつくった。③はお客様と共に



岩崎教授



セミナーの様相