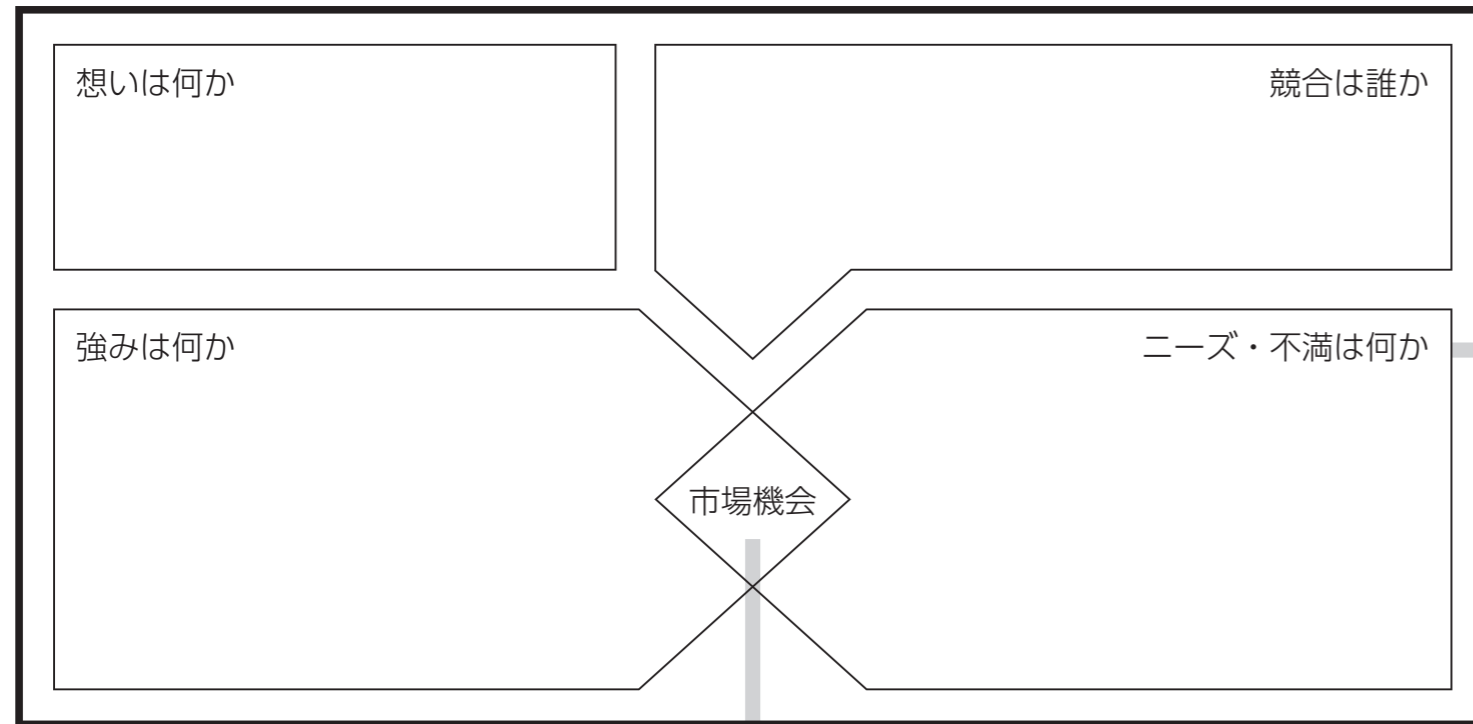


【 のブランド戦略】



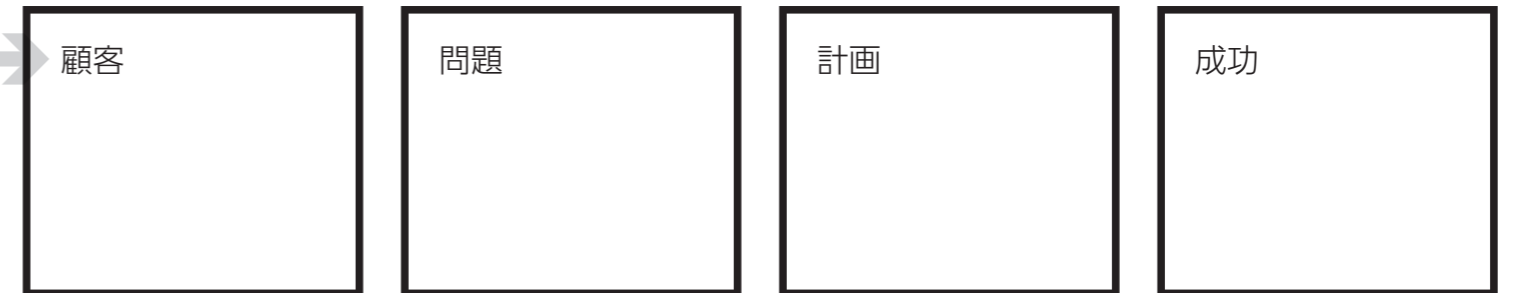
積極化戦略を探索

	機会	脅威
強み	積極化戦略	差別化戦略
弱み	段階的施策	専守防衛・撤退

課題設定

行動計画

目標設定



語り口

機能的価値		情緒的価値	

ブランド要素

消費者・顧客がブランドを識別する際の手がかりとなるブランドを形成する最小単位のもの。ブランド名、ロゴ、キャラクターなど

ブランド体験

消費者・顧客がブランドと接するあらゆる機会、あらゆる接点のこと。購買前、購買時、購買後など

- 著作権法上の確認
- 商標登録上の確認
- ドメインの取得可否
- 再現性上の確認