

アフターコロナにおける競争環境激化の時代 経営力強化につながる

受講料
無料

自社の「ブランド・PR戦略」を考える

アフターコロナにおいて、人や社会の価値観や考え方が大きく変容し、事業環境は目まぐるしく変化しています。こうした中で、自社の経営力を高めるためには、適切なブランディングやPR戦略を行い、自社そのものや商品・サービスにおける顧客の知覚価値を高めていかなければなりません。そこで、クックパッドやファーストリテイリングを経て、現在はスキマバイト募集サービスを展開し、地方の人手不足に対応しているタイミーに携わる木村氏から、日本の最先端のブランド・PR戦略についてレクチャーをいただきます。自社の商品やサービスをブランディングし、全国や海外に販売されたい方は必聴です。

令和6年

5月31日 金 13:30
～
15:00

セミナー内容

アフターコロナにおける顧客の価値観や行動様式を掴む

経営力強化・販路拡大を考えるうえで、顧客の知覚価値や行動様式などの把握が重要となります。こうしたトレンドがコロナ禍によってどう変化したのかを学びます。

▶ 自社のブランディングが成長につながる理由とは

アフターコロナにおいて競争環境が激化する中、企業が経営力強化を図るために、自社のブランドやPR戦略が成長につながる理由について考えます。

▶ 自社や商品・サービスの価値を見つける「ブランド・エクイティ」

クックパッド、GU、タイミーで「マスブランド」として事業成長させてきたプロの視点から、会社のフェーズに合わせたブランド戦略を考えます。

▶ 事業成長を加速させるPRとは

地方の中小企業においても、グローバルな市場で顧客を勝ち取るためのブランド戦略について、攻め、守り両方に注力したPRの手法と具体例から、取り組むべき方向性を学びます。

定員

会場50名

※会場定員を超えた場合、オンラインでの参加をご案内します。

対象

中小・小規模事業者(会員・非会員問わず)

主催

松山商工会議所

講師

株式会社タイミー
BX (Brand Experience) 部 部長
木村 真依氏

マクロミルでリサーチ業務を経験したのち、当時30名のクックパッドに入社。約10年間で、上場を経験し、月間6,600万人が利用するサービスへの事業成長に寄与。クックパッド、GU/ファーストリテイリング、タイミーで競合に負けないブランドづくり、マーケティング、事業を成長させるPRと一貫してブランド・エクイティ向上をリード。「CLOUD PRESS ROOM」の事業責任者としてアプリ開発、事業立ち上げを経験し事業譲渡後、2021年2月にタイミーに参画。コーポレート、サービスのブランドの責任者としてPR、ブランディング、オウンドメディアを統括。特に認知がないブランドをマスブランドにするためのブランド戦略設計、ブランディング、PR、マーケティングの実行を得意とする。



コーディネーター

野島 光晴 氏 (株式会社HEATSOURCE 代表取締役)

お問い合わせ

松山商工会議所 産業振興部 Tel: 089-941-4111

下記FAXまたは右記QRよりお申込みください。※オンライン参加ご希望の方は、参加方法を後日メールいたします。



▶ 参加申し込み書 FAX:089-947-3126 松山商工会議所 産業振興部 行

事業所名	TEL	
所在地	E-mail	
参加者名①	参加方法	会場 ・ オンライン
参加者名②	参加方法	会場 ・ オンライン

※ご記入いただいた内容は、本事業に利用するほか、当会議所からの各種連絡・情報提供・調査分析のために利用することがあります。