



3倍売れる！

企業のための実戦ネット・ブランディングの最新手法

～「売れる」Webサイト構築のプロが明かす、
強固なブランド構築と効果的広告投下・集客手法とは～

2005.3.17

アンヴィコミュニケーションズ



強いブランドを作る手順

- ブランドの評価
- ブランドの約束
- ブランドの設計図
- ブランドの育成
- ブランドの優位性



ブランドの設計図

- いかにかにブランドを伝えるか
- 伝達のためのシナリオ作り
- ビジョン、設計図、ロゴ・マーク、バイライン・タグラインなど、伝達の方法の設計



強いブランドをつくるために

- 同業種のブランド価値の違い
- 自社ブランド価値のサイト表現
- 自社のブランド価値とは何か
- ブランド価値を高めるコンテンツ事例
- 費用をかけずに成功したブランド構築



これからのコミュニケーション戦略

- 今後のコミュニケーションの決め手となるCGM(コンシューマー・ジェネレーティッド・メディア)とは
- これからの企業コミュニケーション
- 企業は今後どうして行くべきか
- これからのマーケティングコミュニケーション