メンタルモデル：ブランドとは？

ブランドとは、あなたの会社と他の会社を区別、区別するための全ての要素：会社名からロゴ、評判（質が高い商品、安いサービスなど）、企業文化、感情（ブランドに対して芽生える感情）音（有名なインテルのジングル音）、色（コカ・コーラの赤）などなど。

ブランドとは何か？と言う質問に対しては正直「これ」と言った定義が無いので、「会社に対して持つイメージの総称」とでもしておきましょうか。

では、どうしてブランドを作りあげる事、ブランディングは大事なのでしょうか？

差別化の一言に尽きます。

大きく分けてビジネスが勝つ方法は２つです。他社よりも良い商品サービスを提供するか、他社と差別化された商品サービスを提供するか。

この差別化を行うための方法の一つがブランディングなのです。

例えば、あなたが旅の途中にどこぞやの辺境地に居て、お腹が空いているとしましょう。辺りを当ても無く不安な気持ちで彷徨い歩いているとあなたの視界には、天空に浮遊する黄金の橋。お腹が空き過ぎて見えた幻聴なのか？と思ったが、よ～く見てみるとマクドナルドの看板ではないですか。不安な気持ちが安心に変わり、財布を握りしめてマクドナルドに入店するのです。

さて、この例では、あなたにとってマクドナルドとはそのゴールデンアーチのロゴと共に「安心」と言う感情を芽生えさせたのです。マクドナルドに入ればそこそこの食べ物が安く手に入ると言う思考回路に繋がったのでしょう。

と言うようにブランドによって、ゴミのようにある会社群の中から、あなたの商品サービスを選ぶ理由を提示出来る事もあるのです。

ブランドとは、お客様と言うスカウトの目に留まる、輝きと言っても過言では無いかもしれませんね。