

## ブランド価値の認知

**Q.** ブランドの価値を認めてもらい、客単価を向上させたいと思っているが、どうすればよいか？

**要旨** ブランドの信用力はその背景にあります。作っているメーカーや職人の信頼性、歴史、使用体験、有名人の高い評価等があってブランド価値になります。その背景をいかにして作り、訴求することで信用力がつきます。

### 解説

#### 1. ブランド訴求の方法

企業側自身が自信を持ってすすめることは、非常に重要なことです。しかし信用性は決して高くありません。なぜなら、お客様は以前チラシ等の過大広告で失敗した経験は少なからずあるからです。

まずは確固たる実績があることです。それは世間的に高い評価を受けているブランドを展開すれば、比較的簡単にブランド訴求ができます。取扱うブランドは既に背景を有しているからです。ブランドを仕入れて販売する場合も同様です。一般的には、あまり知られていなくても、限られたエリアや市場で知られて有名であるならば、そのことを打ち出して販売することで販売力が高まります。

#### 2. ブランドの背景作り

自社で立ち上げたブランドの場合は信用力を上げるにはかなり力が必要です。世間的に認知されていませんから、コマーシャル等の訴求をする必要があります。まずは自社製品の品質の良さ等をわかってもらうためには、お客様にとって、比較広告がわかり易いでしょう。ライバルである商品との違いを明確にして伝えます。

またブランドの良さを語ってくれる人は第2者（お客様）か第3者でなければ、ブランドを認めてもらい難いです。それらの方に利用体験を正直に語ってもらい、良さを具体的に訴求することが必要です。

#### 3. わかり易い売場展開

ブランド背景を売場で語る必要があります。POPや告知ボード等で行いますが、SNS利用もいいでしょう。特にSNSでは会話調になりますので、親近感や正直さが伝わりやすくなります。それをPOP等と同じトーンで作ることで、お客様が読みやすくなります。

# 納得するブランド評価作り

## ＜ご提案のポイント＞

- ・客数が伸びないから、安易に値上げをする会社があります。これをする事で、一時期は売上高はアップしますが、その後客離れを起こしてしまい、取り返しがつかなくなる可能性があります。
- ・競合他社の動向をしっかりとリサーチして、対応することをお薦めします。

## 1. ライバル商品との違いを明確にする

自社ブランドを立ち上げる場合、ライバルとなる商品があります。自社商品の良さをアピールするには、ライバル商品との比較広告が有効です。品質の違い、素材の違い、製造方法の違い、価格の違い、使い勝手の違い等、自社がこだわったものを中心に強調することができます。

## 2. 納得しやすいブランド評価はどう伝えるか

ブランドの価値を認めてもらうためには、どう伝えたいかを考える必要があります。第1者（私）が伝えること、第2者（貴方）ですが、貴方（お客様）が伝えること、第3者（他人）が伝えること、私（売り手）か他人の意見のどちらが信用するでしょうか。以前は私（売り手）が訴求していましたが、お客様はいろいろなシーンで期待外れであったために、あまり信用しません。第2者に伝えてもらうためには、試食や試売、モニター体験を持つ等によって直接利用してもらいます。これは確実ですが、かなり費用がかかります。第3者であれば、私（売り手）よりも信用できますので、効果がかなり高いです。特に有名人で辛口評価をする、本音を話すと信用されているタレントであれば、かなり高くなります。第3者評価付き販売を上手く活用してください。

## 3. ブランドの良さを納得しやすく表現する

販売を優先で考える場合、自社のブランドを取り扱う順序をどう考えるかです。私（売り手）が売りたいブランドを選び販売することが一般的でしたが、売れそうなものと考えその中で自分の基準にあったものを選定する場合も増えています。売りたいものを無理に売場合は下手をすると独りよがりになるかもしれません。

- ①そのブランドが独りよがりではなく自信を持って販売でき、その内容を伝える
- ②そのブランドは競合他社にあまり出回っていないものであり、そのブランドを販売で、自社のコンセプトとリンクさせる
- ③そのブランドは第3者の評価がつけてPOP等で表現する（テレビで放映、ネットで話題等）
- ④そのブランドを使って体験できる内容をお客様にわかり易く表現する