

表 優れた CBM を構築・強化するための必要不可欠な要素

1. トップ(CEO)主導型の全社的ブランド・マネジメント・システムの開発
2. 一般顧客を含んだあらゆるステークホルダー・ネットワーク・マネジメント の構築
3. 企業の戦略的ビジョンの推進
4. 新しい技術開発の持続的なイノベーション活動
5. インターナル・ブランディング(Internal Branding)を通してブランド・アン バサダーにふさわしい従業員(人材)の十分な責任と権限委譲
6. 統合型ブランド・コミュニケーション戦略の実行 (Integrated Brand Communication)
7. ブランド・パフォーマンスの測定
8. 企業ブランド価値を高めるためのたゆまない調整

注：CBM(Corporate Brand Management)

出所：筆者作成.

企業ブランド・ マネジメント戦略

—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ—

徐 誠敏 [著]

Management

Strategy

Corporate

ブランド競争力を高める!

「CEO にとって企業ブランド・マネジメントのための良質なガイドブック」

中央大学大学院戦略経営研究科教授 田中 洋

「新たな企業ブランド・マネジメント戦略のあり方を解明し展望する」

中央大学商学部教授 三浦俊彦