

企業には、その企業らしい「顔」がある。

- トップが宣言している内容や、経営理念として企業が関係者に約束していることが、顧客や生活者が企業をイメージする際のコアとなる要素である。
- また、経営計画やビジョンは、今後企業がどう進むかを指し示すことでもある。
=企業のDNA(守っていること)=

[展開戦略]
仕草

- 顧客や生活者にとって、実際に企業を「目」で確認できる要素として大きなウエイトを占める。
- その企業のビジネス戦略とビジョンが近ければ近いほど、顧客や生活者は企業イメージを醸成しやすくなる。
=商品(ブランド)展開の考え方=

[経営ビジョン]
意志

- 組織体制を見ることにより、製造優位か、営業優位かなど、企業の「売り」の部分が分かる。
- 企業のマーケティング&対外的なコミュニケーションを図るための体制が構築されているかどうか、企業の「顔」を形成する要素となる。
=営業の体制と行動=

[組織・制度]
体つき

[経営資源]
顔つき

- 組織や制度と同じく、企業が掲げているビジョンや戦略を実現するためのインフラ的な要素である。
- 特に供給者や協力流通機関・投資家等にとっては、企業を判断する(印象づける)ための大きな要素となる。
=企業の体質・風土=

