

会社案内 HP 名刺

これまでも、社内の言い回し時間も金もかけたというのに、なかなかピンとこないというか、我が社らしさがあふいていない。

だから、しっかり満足を提案してもらいたい。

だいたいデザインの話をする事がイメージダウン！

彼らは700なんのくものデザイン

これまでも、名刺、会社案内、HP作りを通じてデザインや印刷会社と仕事をしたが、彼らに伝えられないの。



我が社の情熱(創業当社の想い)を思い出して我が社に関係してくれるすべての人々に愛をもって伝え続ける、という事はわかるが... 具体的な形にしていくなぞ"何を"どの様に"誰と一緒に"行っていくかはいいか??

社長の嘆き

もう一度は失敗できないぞ!

続企業アピルカ アピルカを通じてのブランド創

第2話 情熱を形に伝えるための 57アイツ・ステップ

社長自身の情熱もその子素直に社内外に伝え→伝わる事。外部アピルカも社員も関係会社も団結してアピルカ700を通じてのブランド創りにかける事が必要なのだ!!

Step 1: コンセプト創り

社長情熱をアピルカ700として形(明文化)する

アピルカ700は御社の経営理念に近しいものだが、企業の現段階に合わせるアピルカ700の想いを端的な言葉にしたアピルカの(基)になる最も重要なものである。

アピルカ700-リスト

先ず全体の形をみ下す。

御社	相手
② 元々お持ちの370の価値	① 相手の700のリンク
④ 370の価値を"提供"できる	② 相手の核の"欲求"を想定
⑤ ①~④を"つなぐ"相手に対する"絆"	

①~④をどうするか御社の"心"に"伝"い"掛"けながら何度もアピルカ700の"形"を創り出す

Step 2: アピルカ700を"決める"

アピルカ700-リスト

アピルカ700-リスト

- 社長自身(切り口)
- 出さなければならぬアピルカ
- わかる人にはわかる"メッセージ" (表現のスタンス)
- 社員力を全額に出す(職人)

例: "コンセプトが↓だったとする" "担当者だけが知っている現場を支える名刺" 等

仕掛けた仕組みをアピルカ700の"心"に伝わり、心から伝わるように伝えることが大切

決して上手くまとめようとせず、(頭でなく)心から湧き上がる言葉で!

Step 5: アピルカ700の"落としこ"

Step 1~4が"決ま"って"あ"る"ツールの"形"を創り出す

アピルカ700-リスト	アピルカ700-基本情報	オリエンテーション	アピルカ700-プロトタイプ
-------------	--------------	-----------	----------------

例: 名刺、会社案内、ホームページ、チラシ、カタログ、フォーム

Step 4: アピルカ700基本情報

アピルカ700-基本情報

- カラー
- メッセージ
- スローガン
- 書体
- ロゴマーク

「(意図を陰に)赤+グレー」

「実は、あはらのお陰で言われる仕事」

太めのラインを使った明瞭な書体を選ぶ

Step 3: アピルカ700-ツール

オリエンテーション作成

以下A項目を700に伝えて下さい。

- 何を創りたいのか?
- なぜ、それが必要なのか?
- 定性目標は?
- アピルカ700-コンセプトは?
- アピルカ700-プロトタイプは?
- いつまでに完成させたいか?
- だいたいの予算は?
- 全員で共に良いものを創ろう!

700を探る時の注意: 上記オリエン内容に賛同できず、反対するクリエイター、現場で立ち回る人物を探して下さい。