

インターナルブランディング

～社内で共感できる価値観を築き、成長の推進力を生み出す～

インターナルブランディングとは？

インターナルブランディングとは、ブランドビジョンを社内に根づかせるために必要不可欠な社内浸透活動です。企業価値を高めるブランディングの重要性が問われる時代ですが、ブランドを生み出すパワーの源泉は、実は社内に眠っています。内部のパワーを引出し、ブランドという形で外部に発信する。インターナルブランディングは、外部に向けたブランディング活動の基盤となります。

社員自らがブランド・アイデンティティの主体であるという自覚を促すために、私たちは、対話とグループワークを特徴とするプログラムとメソッドを提供いたします。

インターナルブランディングの3要素

私たちが支援するインターナルブランディングは、下記に集約する3つのねらいと分野で構成されています。

- 1 社員へのブランディング**
ブランドへの共感・納得
- 2 社員によるブランディング**
社員が自らをブランディングすること
- 3 外部へのブランディング**
社員にブランディング活動の担い手になってもらう



こんな課題を抱えるお客様にお勧めします

- ・ 社内の求心力、帰属意識、組織力を強化したい
- ・ 社員の誇りやモチベーションを高めたい
- ・ 社内の顧客意識を高め、社内の連携を促進したい
- ・ 社内の制度や仕組みに一貫性を持たせたい
- ・ 合併、統合した組織に一体感を生み出したい
- ・ 世代や部署ごとにギャップのある風土を一新したい
- ・ 新たな局面を乗り切る、新しい企業文化をつくりたい

インターナルブランディングのグッドサイクル例

