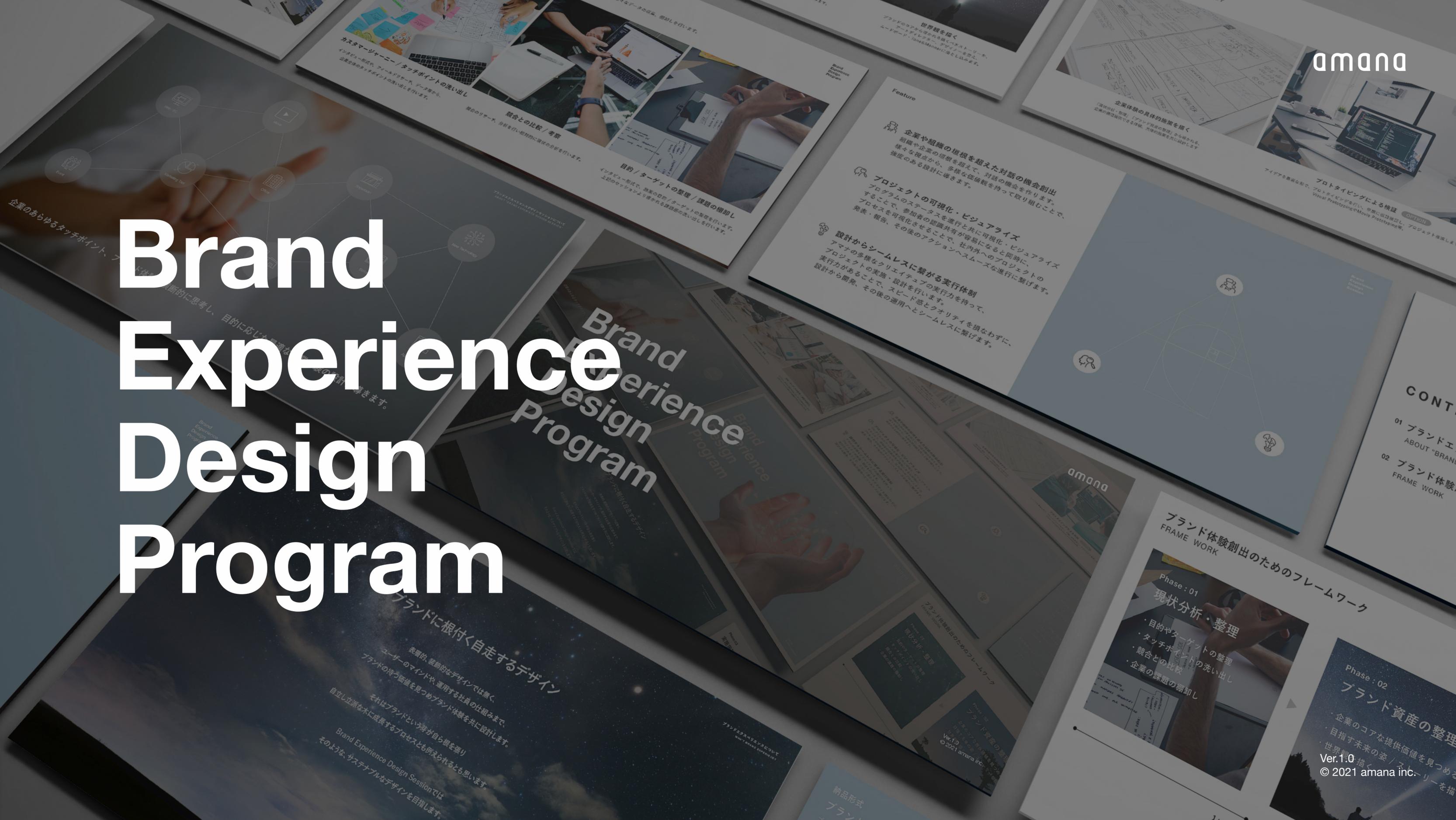


Brand Experience Design Program



Brand Experience Design Program

世界観を描く
ブランドのコアから導かれる視覚的ストーリーリーク、
アートディレクティブ、デザインを定む。
ムードボード・ImageMannerに落とし込みます。

企業組織の垣根を超えた対話の機会創出
組織や企業の垣根を超えて、対話の機会を作ります。
様々な視点から、多様な価値観を持って取り組むことで、
強度のある設計に導きます。

プロジェクトの可視化・ビジュアライズ
プログラムのステータスを進行と共に可視化・ビジュアライズ
することで、参加者の認識共有が容易になると同時に、
プロセスを可視化させることで、社内外へのプロジェクトの
発表・報告、その後のアクションへスムーズな進行に繋がります。

設計からシームレスに繋がる実行体制
アマナの多様なクリエイティブの実行体制を持って、
プロジェクトの実施・設計を行います。スピード感とクオリティを損なわずに、
設計から開発、その後の運用へとシームレスに繋がります。

目的 / ターゲットの整理 / 課題の棚卸し
インタビュー形式で、顧客の目的 / ターゲットの整理を行います。
上記のセッションより導かれる課題感の洗い出しを行います。

競合との比較 / 考察
競合のリサーチ、分析を行い、相対的に現状の分析を行います。

カスタマージャーニー / タッチポイントの洗い出し
インタビュー形式や、フィールドリサーチ、データ等から、
企業全体のタッチポイントの洗い出しを行います。

Brand Experience Design Program

企業組織の具体的な施策を描く
「現状分析・整理」 / 「ブランド資産の整理」から導かれる、
企業課題の可視化される状態、片付け開発を共に設計します。

プロトタイプによる検証
アイデアを多様な形で、プロトタイプを行い、簡単に仮設検証し、プロジェクト進捗を
Visual PrototypingやMovie Prototyping等。

OPTION

Brand Experience Design Program

Brand Experience Design Program

Brand Experience Design Program

Brand Experience Design Program

CONTENTS

01 ブランド体験
ABOUT "BRAND EXPERIENCE"

02 ブランド体験
FRAME WORK

Brand Experience Design Program

ブランド体験創出のためのフレームワーク

Phase : 01
現状分析・整理

- 目的やターゲットの整理
- タッチポイントの洗い出し
- 競合との比較
- 企業の課題の棚卸し

Phase : 02
ブランド資産の整理

- 企業のコアな提供価値を見つめる
- 目指す未来の姿 / ストーリーを描く
- 世界観を描く

Ver.1.0
© 2021 amana inc.

Brand Experience Design Program

ブランドに根づく自走するデザイン

表面的、装飾的なデザインではなく、
ユーザーのマインドや、運用する社員の仕組みまで、
ブランドの持つ価値を見つめブランド体験を共に設計します。

それはブランドという芽が自ら根を張り
自立し立派な木に成長するプロセスとも例えられると思います。

Brand Experience Design Sessionでは
そのような、サステナブルなデザインを目指します。

納品形式
ブランド

CONTENTS

- 01 **ブランドエクスペリエンスデザインについて**
ABOUT "BRAND EXPERIENCE DESIGN"
- 02 **ブランド体験創出のためのフレームワーク**
FRAME WORK

CONTENTS

- 01 ブランドエクスペリエンスデザインについて
ABOUT "BRAND EXPERIENCE DESIGN"
- 02 ブランド体験創出のためのフレームワーク
FRAME WORK

ブランドに根付く自走するデザイン

表層的、装飾的なデザインではなく、
ユーザーのマインドや、運用する社員の仕組みまで、
ブランドの持つ価値を見つめブランド体験を共に設計します。

それはブランドという芽が自ら根を張り
自立し立派な木に成長するプロセスとも例えられるとも思います。

Brand Experience Design Programでは
そのような、サステナブルなデザインを目指します。





企業のあらゆるタッチポイント、ブランド体験を横断的に思考し、目的に応じた最適な企業体験の設計に導きます。



Communication :

企業や組織の垣根を超えた対話の機会創出

組織や企業の垣根を超えて、対話の機会を作ります。
様々な視点から、多様な価値観を持って取り組むことで、
強度のある設計に導きます。



Visualization :

プロジェクトの可視化・ビジュアライズ

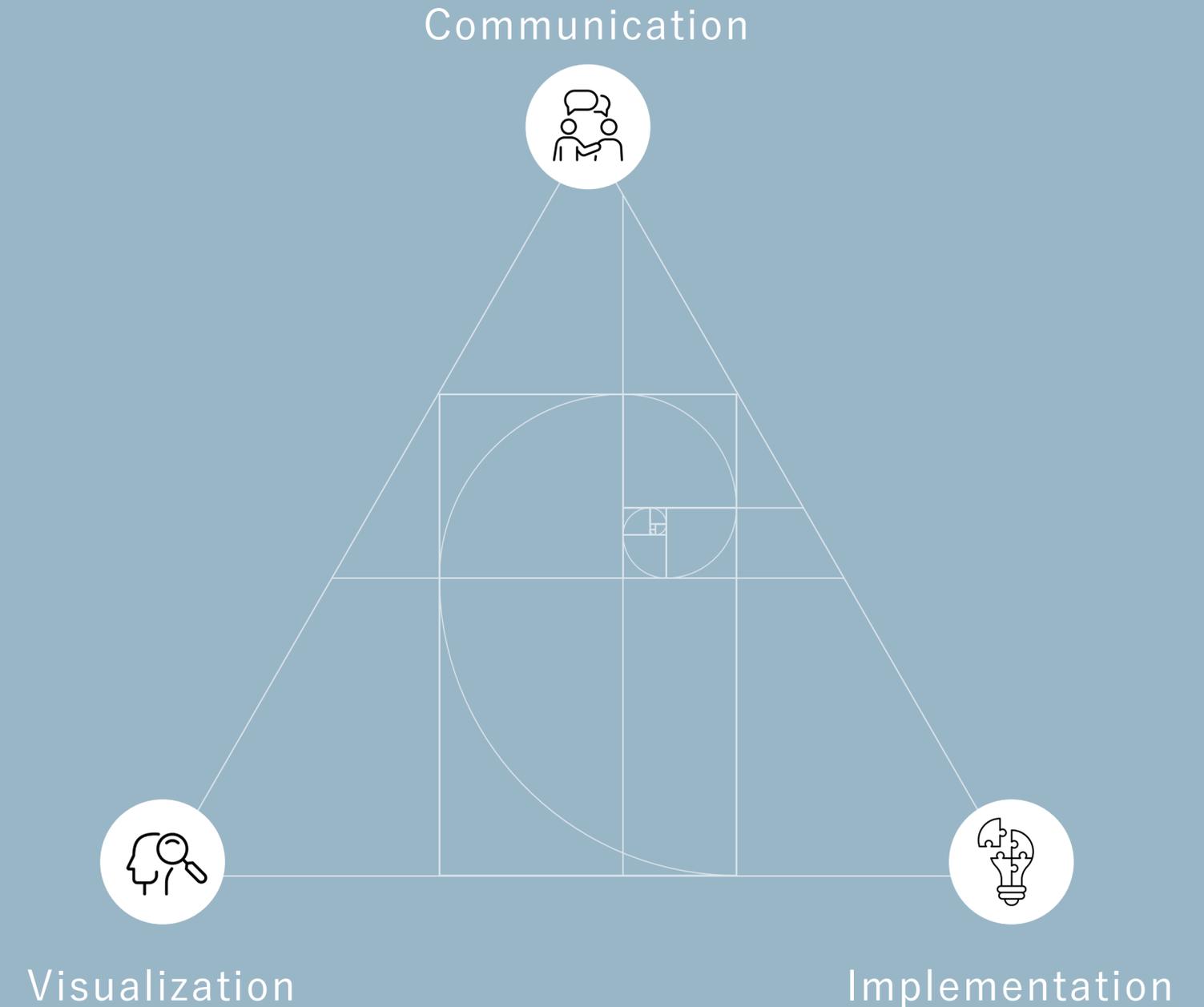
プログラムのステータスを進行と共に可視化・ビジュアライズ
することで、参加者の認識共有が容易になると同時に、
プロセスを可視化させることで、社内外へのプロジェクトの
発表・報告、その後のアクションへスムーズな進行に繋がります。



Implementation :

設計からシームレスに繋がる実行体制

アマナの多様なクリエイティブの実行力を持って、
プロジェクトの実施・設計を行います。
実行力があることで、スピード感とクオリティを損なわずに、
設計から開発、その後の運用へとシームレスに繋がります。



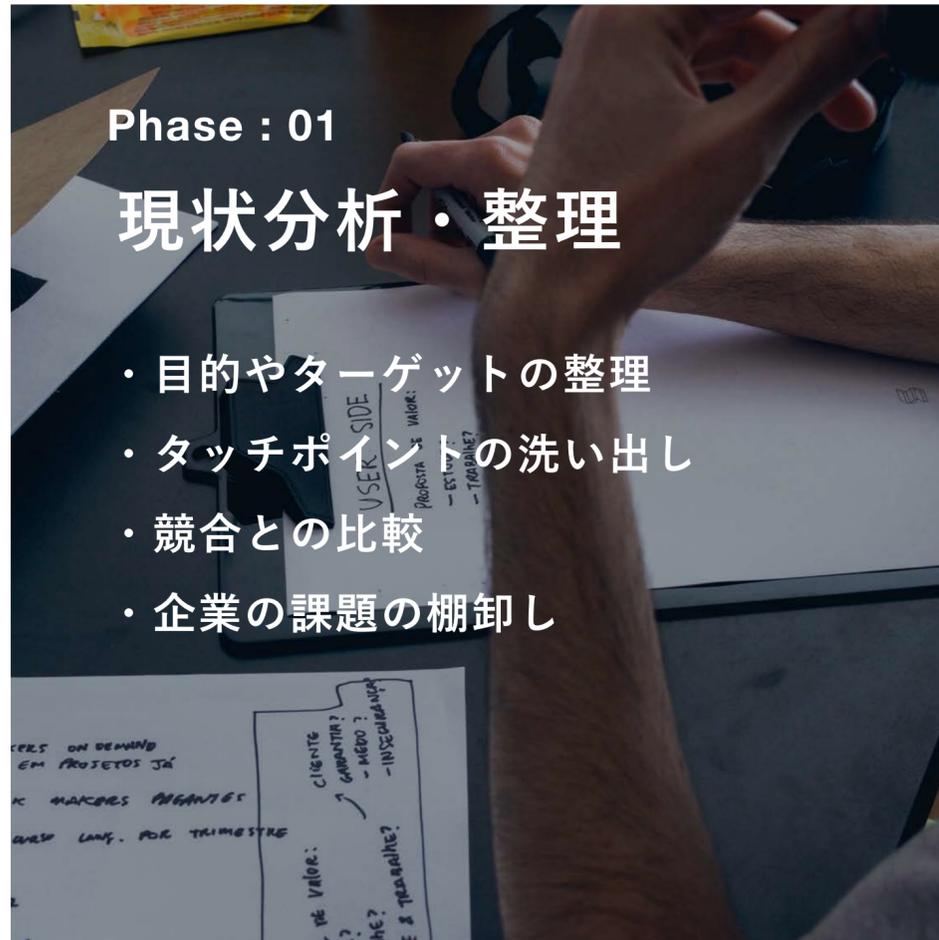
CONTENTS

- 01 ブランドエクスペリエンスデザインについて
ABOUT "BRAND EXPERIENCE DESIGN"
- 02 ブランド体験創出のためのフレームワーク
FRAME WORK

ブランド体験創出のためのフレームワーク

FRAME WORK

Brand
Experience
Design
Program



Phase : 01

現状分析・整理

- ・ 目的やターゲットの整理
- ・ タッチポイントの洗い出し
- ・ 競合との比較
- ・ 企業の課題の棚卸し



Phase : 02

ブランド資産の整理

- ・ 企業のコアな提供価値を見つめる
- ・ 目指す未来の姿 / ストーリーを描く
- ・ 世界観を描く



Phase : 03

実施施策の設計

- ・ 施策・体験の設計
- ・ プロトタイピングによる検証

1ヶ月～1ヶ月半程度

2ヶ月～2ヶ月半程度

合計3ヶ月～4ヶ月半程度のプログラム

※プロジェクト内容に合わせて設定させていただきます。

現状分析・整理

主にインタビュー、セッション形式で、課題感や、カスタマージャーニーの洗い出し、様々なデータの収集、棚卸しを行います。



カスタマージャーニー / タッチポイントの洗い出し

インタビュー形式や、フィールドリサーチ、データ等から、
企業全体のタッチポイントの洗い出しを行います。

競合との比較 / 考察

競合のリサーチ、分析を行い相対的に現状の分析を行います。

目的 / ターゲットの整理 / 課題の棚卸し

インタビュー形式で、施策の目的 / ターゲットの整理を行います。
上記のセッションより導かれる課題感の洗い出しを行います。

ブランド資産の整理

ワークショップ等を通じ、企業の本質的価値を見つめ直し、目指す姿、世界観を共に描きます。



ブランド資産の棚卸し

ブランド資産の棚卸しを、ワークショップ形式で行います。ブランドの持つ要素をシンボル、機能的価値、心理的価値、課題、パーソナリティ、根拠の6つのカテゴリーで整理します。



目指す未来の姿 / ストーリーを描く

ブランドのコアから導かれるあるべき姿を、プランナー、コピーライターを交え、共感できるストーリーに落とし込みます。

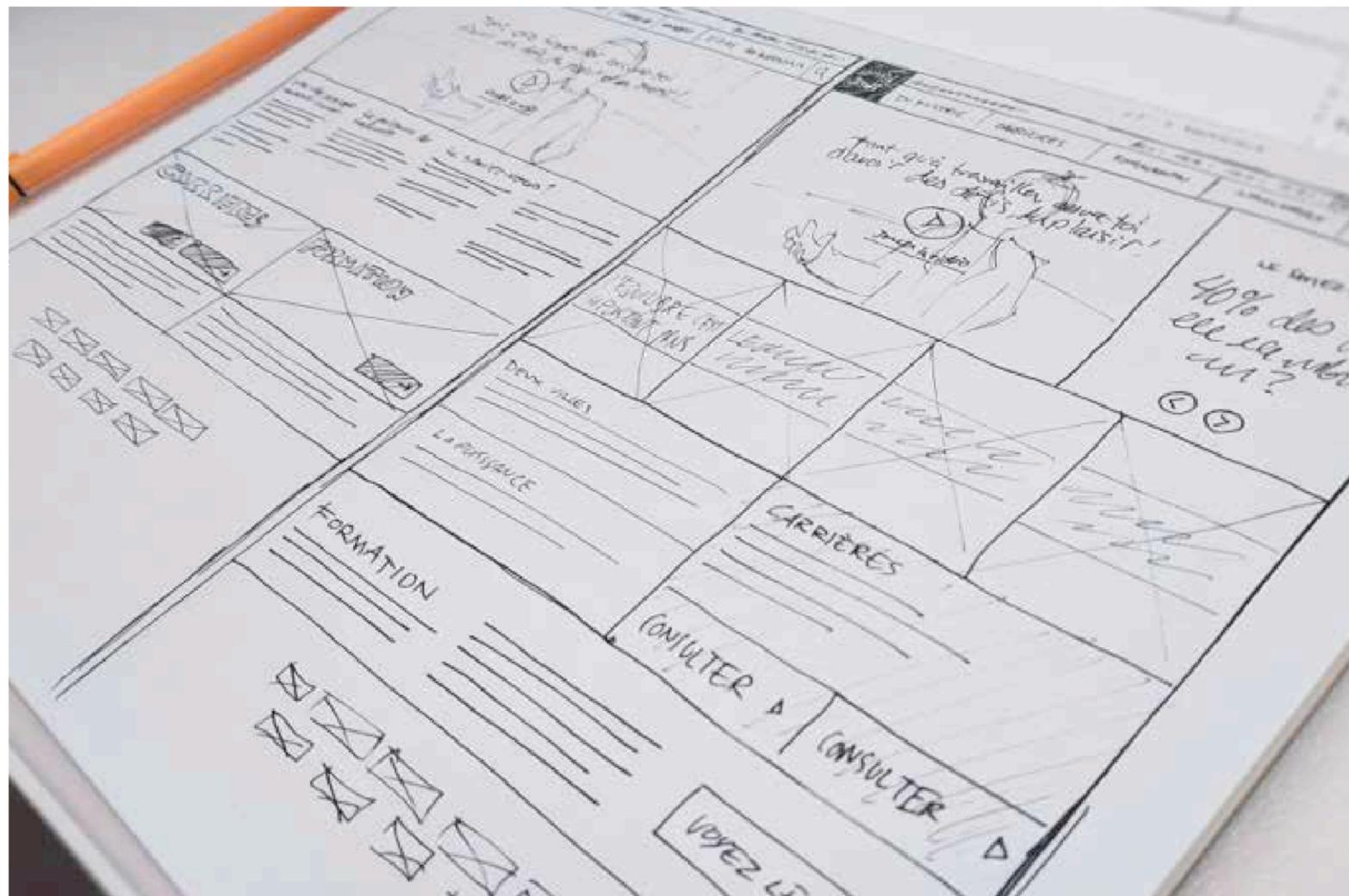


世界観を描く

ブランドのコアから導かれる描くべきストーリーを、アートディレクター、デザイナーを交え、ムードボード・Tone&Mannerに落とし込みます。

実施施策の設計

企業の価値提供できる体験や具体的施策を設計します



企業体験の具体的施策を描く

「現状分析・整理」「ブランド資産の整理」から導かれる、企業の価値提供できる体験、具体的施策を共に設計します



プロトタイピングによる検証

OPTION

アイデアを最適な形で、プロトタイピングを行い、早期に仮説検証し、プロジェクト推進します。Visual PrototypingやMovie Prototyping等。

納品形式

ブランド体験設計のドキュメント納品

プロセスをまとめたドキュメントを納品致します。

Brand
Experience
Design
Program

現状分析・整理

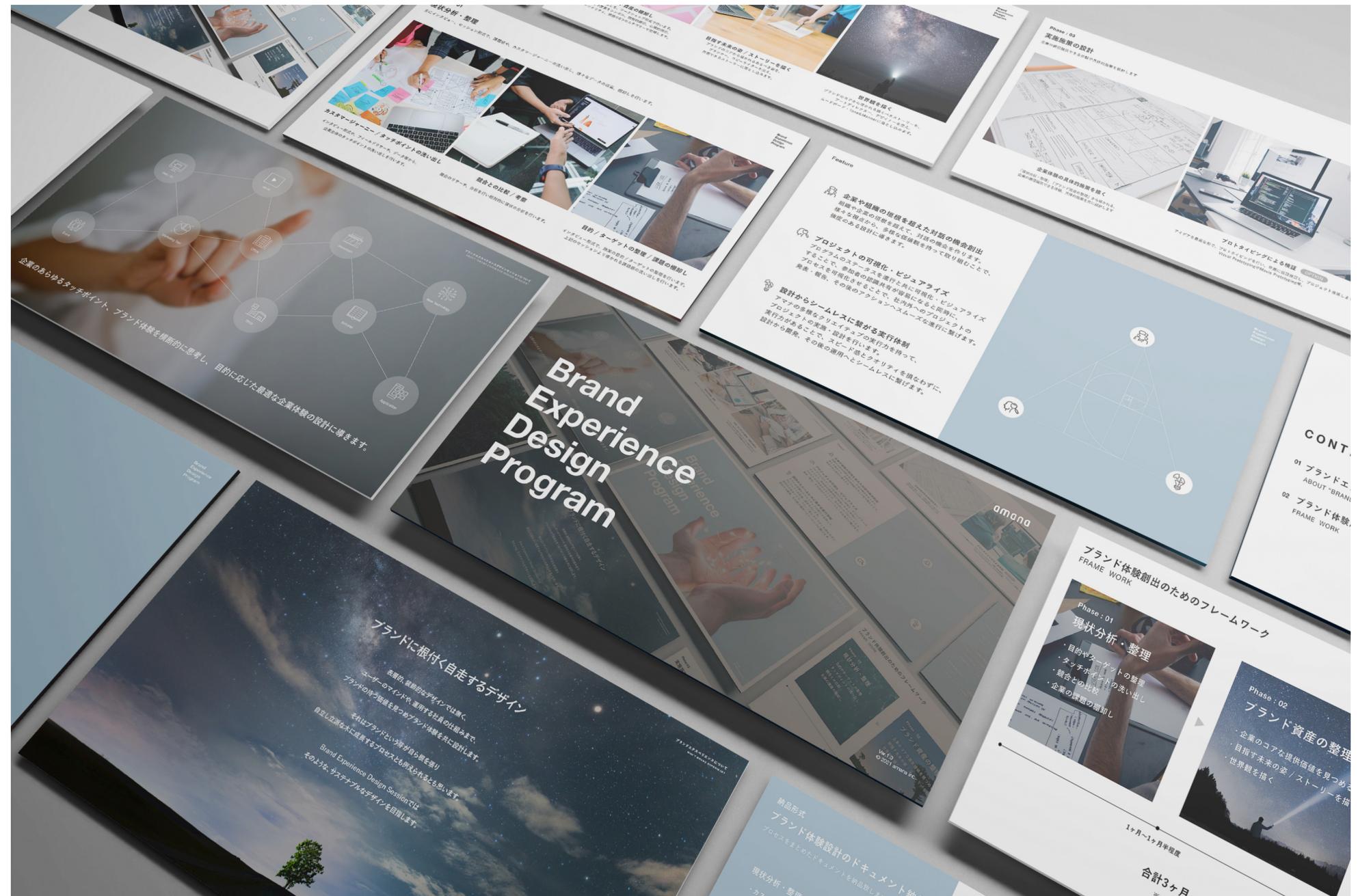
- ・カスタマージャーニー / タッチポイントの洗い出し
- ・競合との比較 / 考察
- ・目的 / ターゲットの整理 / 課題の棚卸し

ブランド資産の整理

- ・企業のコアな提供価値を見つめる
- ・目指す未来の姿 / ストーリーを描く
- ・世界観を描く (ムードボード・Tone&Manner)

実施施策の設計

- ・カスタマージャーニー / 企業体験の具体的施策を描く
- ・プロトタイピングによる検証 **OPTION**



お問い合わせ

ご相談はこちらから

お気軽にお問い合わせください

<https://amana.jp/contact01/service.html>



CONTACT

お問い合わせ

当社へのお取引のご依頼・相談は、下記フォームよりお願いいたします。

※「※」の項目は必ず入力してください。

※ お問い合わせ内容

※ 氏名

氏

名

※ フリガナ

氏

名

※ メールアドレス

※フリーメールアドレスのご入力をご遠慮ください

※ 電話番号

※ 会社名

※ 部署名

役職

▼ 選択してください

※ アマナをどのように知りましたか？

- インターネット検索
- 知人の紹介
- アマナのメディア
- セミナー・イベント
- SNS (Facebook, Twitter)
- その他

※ 他を選択時に入力してください

※ もしよろしければ、現在課題に感じていることをおしえてください

(全角200文字まで)

amanaからのお知らせ配信

希望する

※ 当社が運営するメディアおよびセミナー情報などをご案内します。

※ プライバシーポリシーに同意の上、送信してください。

※ 同意して送信すると、Cookieにより当社のWebサイト上における閲覧履歴と個人情報とを紐付けて把握、分析する場合があります。

同意して送信

