

<参考資料>

2010年7月28日

博報堂

**中国で尊敬される企業になるための企業活動コンサルティング・プログラム
「博尊品牌™」、サービス開始。**

博報堂は、中国において尊敬される企業となるためのコンサルティング・プログラム「博尊品牌™（はくそんひんぱい）」のサービスを開始しました。

中国市場に進出する日本企業は、商品力については概ね高い評価を得ているものの、中国企業を含めた他国の企業との競争で苦戦している例が多いのが現状です。中国市場においては、企業ブランドに比べ、商品ブランドに対する認知が著しく上がりにくいという特徴もあり、商品力に対する評価だけではなく、企業として社会からどのような認識を獲得していくのが重要になってきます。そして、企業としての評価を獲得していくにあたっての必須条件として、「尊敬される存在となる」ということに着目しました。

そこで、博報堂は中国の新聞、雑誌、インターネット・ニュースの計100万件以上の企業情報記事を分析するとともに、中国媒体の特性である「転載」という仕組みを研究することにより、中国で尊敬される企業として必要な要素を抽出し、これを活用した企業活動構築コンサルティング・プログラム「博尊品牌™」を開発いたしました。

「博尊品牌™」は、まずクライアント企業及びベンチマークとなる他企業の中国における情報環境の分析を行い、尊敬される企業になるという視点での、クライアント企業の情報発信上の課題を抽出します。そして、この課題を解決するための広報活動をはじめとした情報発信手法の提示はもちろん、発信する情報の内容、つまり具体的な企業活動を新たにつくりあげていくサポートも行い、中国において尊敬される企業となることで、ビジネスの成功に役立つコンサルティングサービスを提供いたします。

主なサービス提供対象企業は、中国に進出している、もしくはこれから進出を企図している日系企業の日本本社または中国現地法人を想定しております。

なお、本プログラムは、中国の新聞、雑誌、インターネット・ニュース、計3000媒体の統合モニタリングプラットフォームを有する、普千（上海）商務諮詢有限公司と共同開発いたしました。

博報堂は、今後も中国をはじめとするアジアを中心に、企業のグローバルに展開する企業を支援するサポートプログラムを開発してまいります。

本件に関するお問い合わせ先

博報堂広報室

西尾・大野

(TEL:03-6441-6161)

「博尊品牌™」プログラムのワークフロー

Phase 1：調査・分析

クライアント企業の最新記事（数ヶ月～1年間の新聞・雑誌・ネットニュース記事）及び、同業種のベンチマーク他企業の最新記事の調査・分析を行い、尊敬を受けている企業との情報の違いは何かをあぶり出し、情報発信における課題を抽出します。また、この過程において、他企業の注目すべき企業活動を抽出するとともに、業界共通のトピックの傾向を把握します。

Phase 2：戦略構築

Phase 1にて抽出した課題と自社の経営理念の両面から、今後中国において尊敬される企業となっていくためには、どのような方針をもって企業活動を行っていくべきなのかということについてディスカッションさせていただき、戦略ビジョンの形でまとめさせていただきます。そして、これをもとにワークショップなどの形式で、今後行っていくべき具体的な企業活動のアイデアを出し、事業スケジュールへの落とし込みを行います。

Phase 3：活動

Phase 2にて策定した戦略ビジョンを、インタビュー取材や記者会見などを通じて発信する広報活動を行っていくとともに、それを体現する具体的な企業活動を実施に移し、新たなPR素材として情報発信していきます。

以上のプログラムを、一定の期間ごとにサイクル化して継続的に推進していくことにより、中期的に「尊敬される企業」としてのポジション獲得を目指します。

「博尊品牌™」プログラム ワークフロー概念図

