

# サービスブランディング

## —「おもてなし」を仕組みに変える—



著者：博報堂ブランドコンサルティング  
刊行：2008年6月  
出版社：ダイヤモンド社  
定価：本体2200円+税

### <目次>

- ・第1章 なぜ、サービスブランディングか
- ・第2章 サービスブランディングのフレームワーク
- ・第3章 「店舗×非契約」型サービスのブランディング
- ・第4章 「店舗×契約」型サービスのブランディング
- ・第5章 「無店舗×非契約」型サービスのブランディング
- ・第6章 「無店舗×契約」型サービスのブランディング
- ・第7章 ブランド体験管理の仕組み

“世界で活躍する日本企業”のほとんどは自動車や電機などの「モノづくり」の会社です。本来「おもてなし」の心を持つ日本人であるにも関わらず、なぜか国際的に競争力のある「サービス」を育ててこなかったというのが現実です。

一方、海外から進出した飲食やホテルなどのサービス業が、日本国内で一気にブランドを確立し、そのブランド力をテコに事業を急拡大させています。日本でもサービス業の需要拡大が見込まれている今こそ、世界に通じるサービス業の育成と発展が日本経済の成長のキードライバーとなっていくと、われわれは確信しています。

本書では、単にCS（顧客満足）向上だけではブレイク・スルーできないサービスを、ブランディングのノウハウを適用することで強固なビジネス・スキームにしていく事例や方法論について、ブランドコンサルティングのエキスパート達が様々な提案を行っています。

【株式会社 博報堂ブランドコンサルティング】 <http://www.hakuhodo-bc.co.jp/>

2001年に博報堂グループの戦略事業会社として設立された、日本でも数少ない「ブランドコンサルティング」を専門とした会社です。

社長：首藤明敏

業務内容：

- 1 コーポレートブランド戦略の構築
- 2 マーケティング戦略の構築
- 3 新ブランド開発 (VI/CI)
- 4 ブランド社内新党
- 5 新規事業開発
- 6 サービス品質改善



読みやすさを追求した書体を使用