

ビジョンの創造・共有のためのワークショップ・プログラム
「HOW™」(Hakuhodo Original Workshop for Visioning)

本格的営業活動をスタート

博報堂はこのほど、企業戦略やブランド戦略、商品戦略などにおいて重要な「ビジョンづくり・共有」のために有効な手法、「HOW™(Hakuhodo Original Workshop for Visioning)」を開発・実用化し、本格的に営業活動を展開することになりました。

昨今、多くの企業で経営戦略や事業戦略、ブランド戦略などを構築する際に、「社内プロジェクト」という形の社内横断型の組織をつくることが多くなっています。しかし、メンバーそれぞれが代表する部門の立場や利害の調整がうまく行かず、話がまとまらない、方向性が決まらない、戦略はたてたものの実行されないなど、その運営や合意形成、アクションへの結実の難しさが明らかになってきました。

このたび博報堂が開発したビジョン創造・共有プログラム「HOW」は、近年米国でビジネス領域への応用が盛んになってきている「ワークショップ」の手法をベースに新しく開発したプログラムで、社内外の異なる部門・立場の人達が、多様なディスカッションを通じて、全員が納得して合意できる「ビジョンをつくるプロセス」を提供するものです。

本プログラムは、今回新たに開発したビジョンを創るためのオリジナルプログラム「HOW VISIONING VECTOR™」()に基き、依頼内容に応じた具体的な「ワークショップの設計～実施(ワークショップの運営)」までを一貫して提供します。

実施の過程では、議論を誘導し、収束させるための進行役「ファシリテーター」()を派遣し、多種、用意されたHOWオリジナルのディスカッションツール「HOWモジュール」()の提供と共に、参加者のスムーズなディスカッションを進行します。

博報堂では、得意先の「社内プロジェクト」「企業ビジョンの策定」「ブランド戦略」「事業戦略・マーケティング戦略の立案」等の際に、本プログラムを提供することで、得意先社内の円滑なプロジェクトの運営や、明確なブランディング、マーケティング戦略の策定を可能にしました。

また、具体的な戦術構築・企画の段階においても「明確なビジョンにもとづいた」確実かつクオリティの高い提案ができるなど、本手法を活用して、得意先のためのより効果的なプランニングおよびコミュニケーション活動の実施をお手伝いして参ります。

「HOW VISIONING VECTOR™」とは

博報堂が開発した、オリジナルなビジョン構築プログラムで、当該テーマの利害関係者の参加する1～2日の集中ワークショップ形式で進めていく。

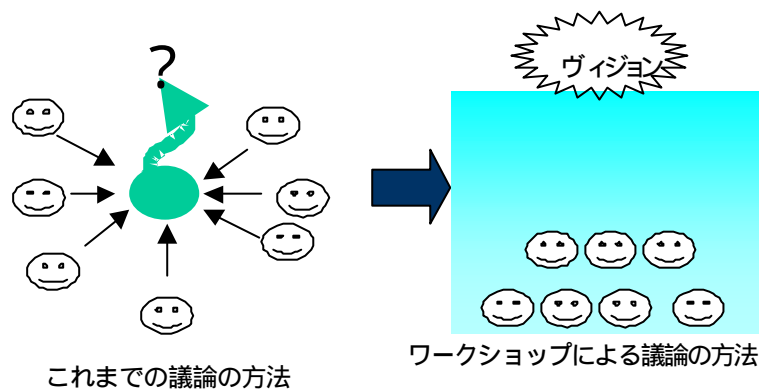
「共有」「拡散」「収束」「ビジョン構築」の4つの段階からなり、最終的に参加者全員が納得し、合意した「ビジョンの共有」までまとめあげる。それぞれの段階では、議論を円滑に進めるためのディスカッションツール「HOWモジュール」を使いながら、中立的な立場で参加する「進行」の専門家「ファシリテーター」によって進められる。

「ファシリテーター」とは

ワークショップの「進行役」で、議論を誘導し、ときに参加者のアイデアを促進させながら、ゴールに向けてぶれのないワークショップを展開する。ワークショップテーマからはなれた「中立的」な立場の者が行う。知識と経験が必要で、博報堂では、過去2年間かけて、自社内でファシリテーターを養成。現在、HOWのファシリテーターは、約20名。

「HOWモジュール」とは

独自で開発したディスカッションツール群。参加者の「クリエイティビティを刺激する」、深層心理にある意見や夢・思いをスムーズに「引き出す」、参加者の本音や思いを「収束する」など、ディスカッションを円滑に進めるためのさまざまな手法。「HOW VISIONING VECTOR™」の4つの段階に応じて、それぞれ数種類のモジュールが用意されており、ファシリテーターは、テーマやプログラムに応じて適切なものをそれぞれ使用しながら、ワークショップを進行する。



HOWの活用に適したテーマ例

- ・企業戦略・経営戦略の構築
- ・ブランディング・C I
- ・事業戦略・商品開発・商品戦略
- ・コミュニケーション・プロモーション・メディア戦略の構築
- ・地域ブランディングにおける推進母体づくり ...など

この件に関するお問い合わせは

博報堂	広報室	宮川	03-5446-6161
	営業統括局 AP 推進部	寺村・藤岡	03-5446-7595