

Brand Mental Network (ブランド・メンタル・ネットワーク) のご紹介



GAME CHANGERS



ブランドヘルスを測るために、わたしたちは「人」を考えます。

ブランドは人々の頭の中で様々なものと繋がり、ネットワークを構成しています。

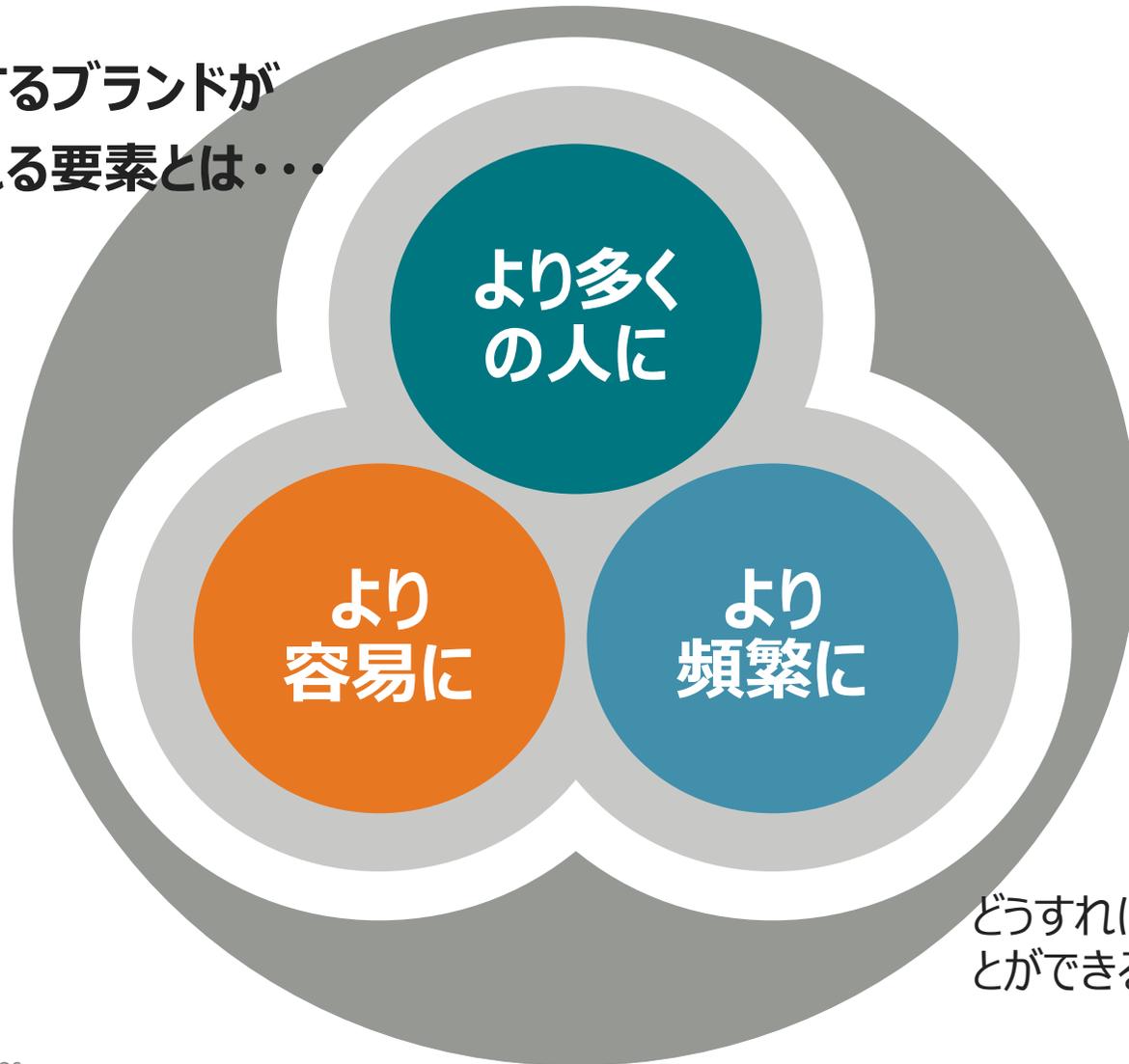
強いブランドのメンタルネットワークを作り上げることで、よりそのブランドが**選択されやす**くなります。



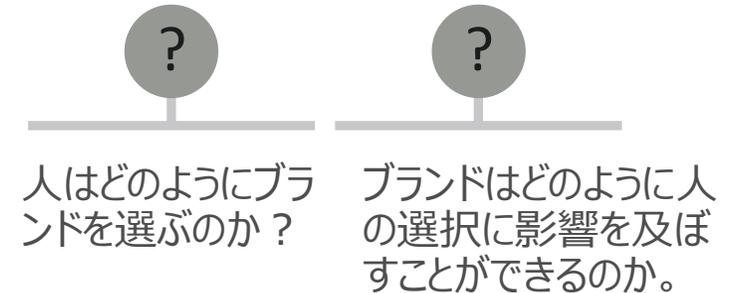
ブランディングとは人が素早く直感的にそのブランドにたどり着くために、頭の中に近道を作成するようなものです。

ブランドが成長するには、選択されなければなりません。

成長するブランドが
選ばれる要素とは・・・



成長するブランドの根幹にあるものは、「人々はどのように選択をするのか」を理解することです。



どうすれば「より多くの人に」「より頻繁に」「より容易に」伝えることができるかについて分析・示唆を行うことが肝要と考えます

ブランド選択のメカニズム

人は**ブランド選択**のタイミングで頭に浮かんだブランドを選びます。

右のようなブランドはより選ばれる可能性が高まります。



① セイリエンス(特徴があり、際立っている)かどうか

特徴があり存在が際立っているブランドはブランド選択のタイミングでより選ばれやすくなります。そういうブランドは頭の中で強いネットワークを築いていたり、過去の経験を連想することができます。そうなればブランド選択のタイミングで自然に迷いなく選ばれるブランドとなります。

② ブランドとユーザー間に関係が築けているかどうか

ブランドが選ばれるためには、購入を促進するための要因をもれなく満たしている必要があります。ブランドが機能的にも情緒的にもその人のニーズを満たすことができているれば関係を構築することができます。

③ ブランド選択の1位にあがってくるか

ブランド選択のタイミングで、選択のリストに入っているほかのブランドに比べて、より高い価値が感じられなければなりません。

④ ブランドが手に入るかどうか

価格が高すぎる、お店で売っていないといった問題があれば、そのブランドを買うことができないため、選択されることはありません。ほしいブランドが手に入らなければ、人は簡単に手に入りやすい、似たような選択肢の中から購入するブランドを選びます。

消費者は、あなたのブランドをどう捉えているでしょう？



① **セイリエンス**(特徴があり、際立っている)かどうか？

② 消費者との間に**関係が築けている**かどうか？

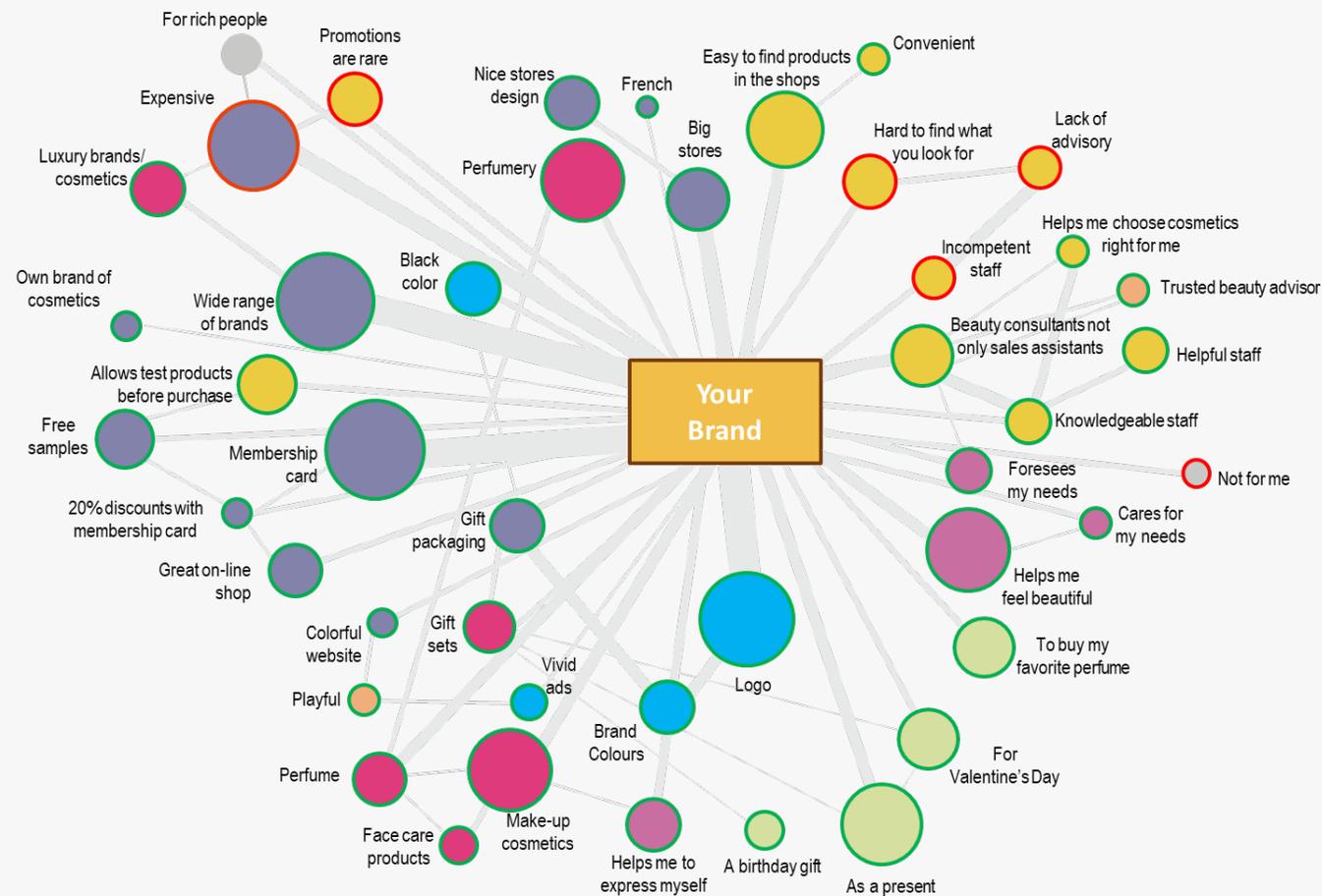
上記のようなブランドが成長する上で不可欠な部分を、
イプソスの**Brand Mental Network (BMN)**
で明らかにすることができます

ブランド・メンタル・ネットワーク (BMN)

ブランドとは、人々の中で感情、イメージ、色、音、記号、思い出などで連想される**ネットワーク**として**存在**しています。

この連想の**ネットワーク**は、消費者の使用経験やブランドの露出、広告・宣伝、口コミ評価、パッケージなどから**時間をかけて強化**されていきます。

連想イメージは**状況によって異なります**。



ブランド・メンタル・ネットワーク (BMN)

理想的なブランド・メンタル・ネットワークとは



連想されるイメージが**豊富**

連想されるイメージ項目が多ければ多いほど消費者がブランドを思い出すキッカケが増えます。また、**単純にイメージの数が多いだけではなく、ブランドにとってポジティブであり、多様で意味のあるイメージである必要**があります。



連想されるイメージ同士が**繋がっている**

イメージ同士が繋がっているネットワークは、ブランドの記憶を引き起こす可能性を高めます。**イメージ間の繋がりが多ければ、一つの刺激から連鎖反応で他のイメージも引き起こし、より多くの状況で消費者の記憶においてブランドが呼び起こされやすくなります。**



連想されるイメージが大勢の消費者と**共有されている**

発信されるブランドイメージやメッセージが分かりやすいほどより多くの消費者に理解され、記憶に残ることができます。そのため、**宣伝やブランドメッセージがクリアであり、定期的に発信されることでブランドのイメージが強化されていきます。**

ブランド・メンタル・ネットワーク (BMN)

強いメンタルネットワークを持つことで、
あなたのブランドは...

...より思い出される
記憶の中で際立つ

消費者がすでにあなたのブランドについて
「知っている」ことが記憶や思い出の一部として
より引き起こされやすくなります。

...より気づかれる
意識の中で際立つ

消費者がブランドを購入・選択する時に
あなたのブランドの広告やパッケージなどが
より際立って目立つようになります。

量的にも質的にも際立つネットワークを消費者の脳裏に構築することで
選択・購入時に消費者が**思い出したり****気づいたり**する可能性が増えます。

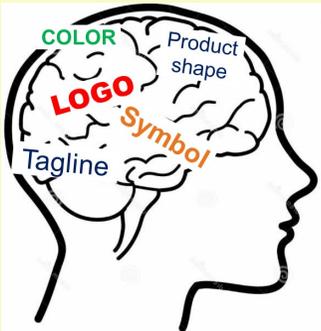
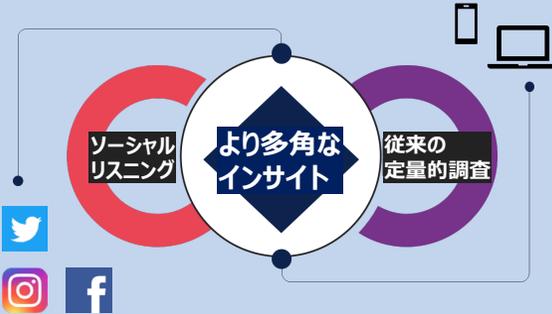
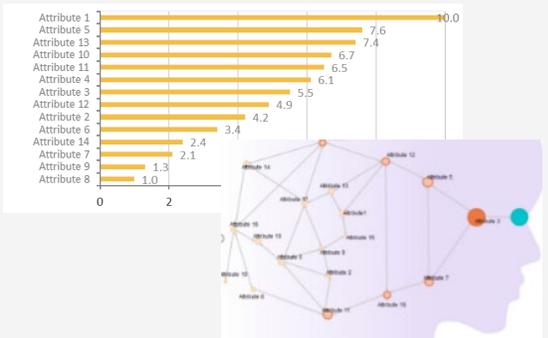
ブランド・メンタル・ネットワーク (BMN)

ブランド・メンタル・ネットワークをお勧めする理由

1. ブランドエクイティの観点から、消費者が想起するイメージがブランドが本来構築しようとしているイメージと一致しているか確認できます。
2. キャンペーン評価として、実施したキャンペーンのキーメッセージに一貫性があり、接触した者の印象や記憶に正しく残ったか確認できます。
3. 定期的なトラッキング調査の一環として実施することで、ブランドの特徴・特性の変化や他の競合ブランドが正しく区別されているか明確にすることができます。

イプソスの他のブランド／キャンペーン調査ツール

イプソスでは、BMNの他にもあなたのブランドエクイティやキャンペーンに関する評価や課題に応えるツールをご提供できます。

ブランド・バリュー・クリエイター <i>Brand Value Creator (BVC)</i>	ディスタINCTIブ・アセット <i>Distinctive Asset (DA)</i>	ブランド・シグナル <i>Brand Signals</i>	イプソス・ベイジアン・ネットワーク <i>Ipsos Bayesian Network (IBN)</i>																														
<p>イプソス独自のツールで、「心理的要因」(Brand Desire)と「外部要因」(Market Effects)を総合し、総合ブランド力を算出します。また、競合との比較でブランドの現状と強み/弱みを明らかにします。</p> <div data-bbox="104 915 637 1153">  <p>Brand Desire Market Effects Effective Equity</p> </div>	<p>ブランドの「アセット」とは、ブランド名以外でブランドに紐づく特徴です。その特徴が「Ownership」か「Uniqueness」なのかによってその特徴が本当にあなたのブランドのアセットなのかどうか判断できます。</p> <div data-bbox="810 879 1131 1210">  </div>	<p>定量的なブランド調査にソーシャルインテリジェンス(SNSデータの分析)を織り込み、さらなるインサイトをご提供します</p> <div data-bbox="1302 872 1854 1186">  </div>	<p>ブランドにとって重要とされるアトリビュートがどのようにブランドエクイティKPIへ寄与しているのかを確認します(ドライバー分析)。更にそれぞれのアトリビュートがどのように繋がっているのかもマップ化し、より具体的に強化のアプローチをご提案いたします。</p> <div data-bbox="1900 872 2448 1210">  <table border="1"> <caption>Attribute Contribution Data</caption> <thead> <tr> <th>Attribute</th> <th>Value</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Attribute 1</td><td>10.0</td></tr> <tr><td>Attribute 5</td><td>7.6</td></tr> <tr><td>Attribute 13</td><td>7.4</td></tr> <tr><td>Attribute 10</td><td>6.7</td></tr> <tr><td>Attribute 11</td><td>6.5</td></tr> <tr><td>Attribute 4</td><td>6.1</td></tr> <tr><td>Attribute 3</td><td>5.5</td></tr> <tr><td>Attribute 12</td><td>4.9</td></tr> <tr><td>Attribute 2</td><td>4.2</td></tr> <tr><td>Attribute 6</td><td>3.4</td></tr> <tr><td>Attribute 14</td><td>2.4</td></tr> <tr><td>Attribute 7</td><td>2.1</td></tr> <tr><td>Attribute 9</td><td>1.3</td></tr> <tr><td>Attribute 8</td><td>1.0</td></tr> </tbody> </table> </div>	Attribute	Value	Attribute 1	10.0	Attribute 5	7.6	Attribute 13	7.4	Attribute 10	6.7	Attribute 11	6.5	Attribute 4	6.1	Attribute 3	5.5	Attribute 12	4.9	Attribute 2	4.2	Attribute 6	3.4	Attribute 14	2.4	Attribute 7	2.1	Attribute 9	1.3	Attribute 8	1.0
Attribute	Value																																
Attribute 1	10.0																																
Attribute 5	7.6																																
Attribute 13	7.4																																
Attribute 10	6.7																																
Attribute 11	6.5																																
Attribute 4	6.1																																
Attribute 3	5.5																																
Attribute 12	4.9																																
Attribute 2	4.2																																
Attribute 6	3.4																																
Attribute 14	2.4																																
Attribute 7	2.1																																
Attribute 9	1.3																																
Attribute 8	1.0																																

ご質問やお問い合わせは、こちら：

イプソス株式会社 | Brand Health Tracking (BHT)

jp-bht-contact@ipsos.co.jp

〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-3-13ヒューリック神谷町ビル

<https://www.ipsos.com/ja-jp>

THANK

YOU

GAME CHANGERS

