

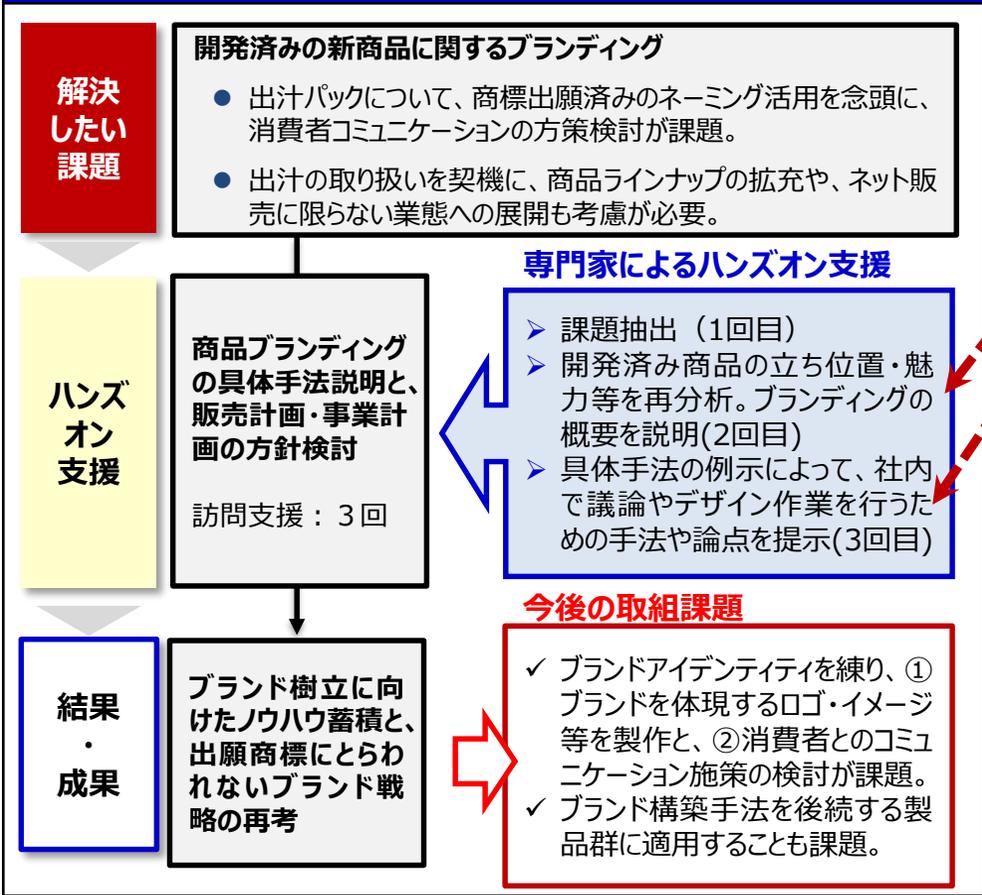
事例2：株式会社ユニバーサル物産（開発済みの新商品に関するブランディング）

ブランディング強化

新事業創出

ビジネスモデル検討

知的財産経営実践の概要



取組の詳細



- ネット市場で生活雑貨を販売してきている中、新商品として、出汁（だしパック）の企画開発を実施。生産に向けて準備も整いつつある状況だった。
- 出願済みの商標を用いたブランド構築を検討するにあたり、改めて、開発済み商品の特徴を再分析。競合品との違いや、顧客ターゲットについて理解を深め、ブランド構築のポイント・方向性や、販促手法について議論。
- ブランディングのためにすべき具体的な行動イメージを醸成するために、演出（購入者視点）、戦略（提供者視点）、リスクといった切り口で、ブランド形成のためのアクション例を紹介。
- 単一商品のブランド構築だけでなく、商品ラインナップの拡充で商品群のブランドとなる可能性や、地域素材に焦点を当てた場合に地域ブランドの性格を帯びる可能性もあるなど、中長期的な視点も持ち検討を実施。

企業の声

ブランディングのいろはや、販売計画の立て方などを知ることができた。並行して実施している他の商品企画において、支援でレクチャーいただいたマーケティング手法・ブランディング手法が早速役立っている。

企業概要

業種	製造小売業（生活雑貨の企画・ネット販売）				
住所	愛知県春日井市	URL	https://universaltrading.jp/		
創業	2014年7月	従業員数	9人	資本金	1,000万円

支援専門家（回数）

支援コーディネータ
 中小企業診断士（3）
 同行専門家
 ブランド専門家（2）