

世間という「鏡」に、自社の姿はどう映っているか。すべての分析は、このシートから始まる。

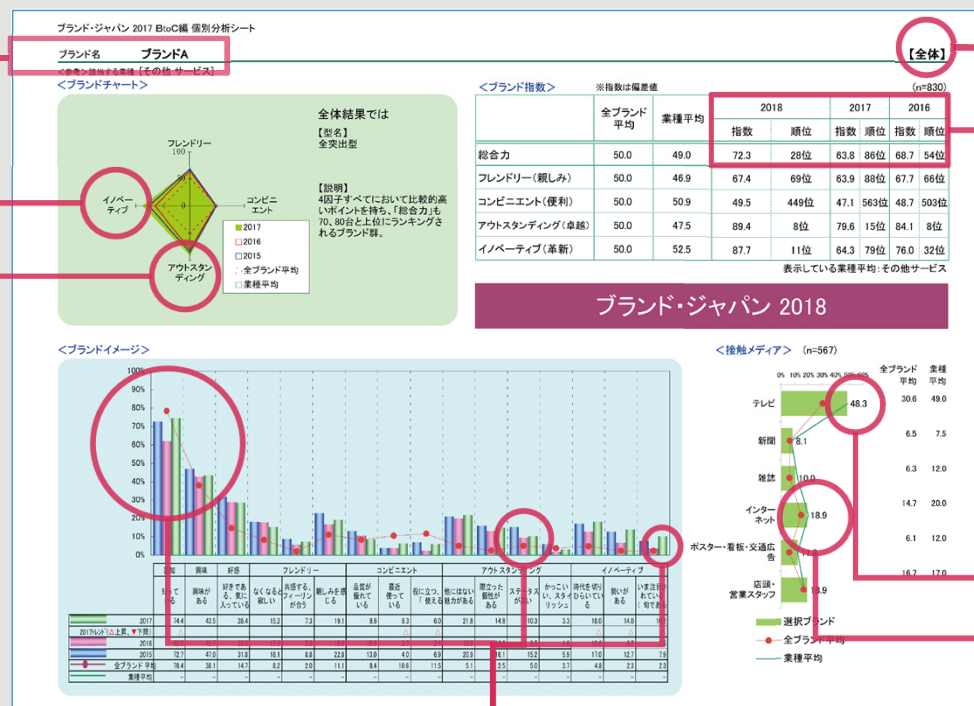
個別分析シート

自社ブランドの現状を一枚で確認できるのがこのシート。すべての分析はここからスタートします。過去3年分の結果を見ながら、変化のトレンドを掴むことが大切です。各因子指数の強さとバランスを同時に把握できるレーダーチャートは、目には見えないブランドの「形」を端的に確認できるツールです。

Point

- 全体平均や業種平均との比較で、強み・弱みを捉える
- 時系列を追えるレーダーチャートから、ブランドイメージの変化を掴む

ブランド名を入力して検索するか、業種別リストから選択して簡単に切り替え可能！



全体ベースだけではなく、年齢や性別などの属性別でも表示可能！

1 まずは総合力の3年推移を振り返りましょう。意図通り成長できていますか？

2 次に、因子指数の特徴と3年推移を確認します。アウトスタンディングとイノベティブが強く、特にイノベティブは伸びていますね！

3 因子指数を見終わったら、その内訳を確認します。業種平均より認知は低くても一定の興味を持たれている、ファンが多いブランドのようです。2年前は強かったステータスは落ち込み気味。一方、イノベティブは復調し、特に注目度が高まっています。

4 最後に接触メディアを確認します。業種平均と比べるとテレビは同程度の接触率です。今後はインターネットでの接触を多くする機会を作る必要があるかもしれません。