

→手法

ブランドの役割™(ROB)は、インターブランド独自のツールであり、顧客の選択におけるブランドの影響力を他の要因(価格など)と比較して数値化したものです。

ROBは、この影響力をパーセンテージで数値化しています。

0%の場合、顧客は競合製品と総合的に比較しており、100%の場合、顧客は完全にブランドの影響を受けています。

→ベスパに注目

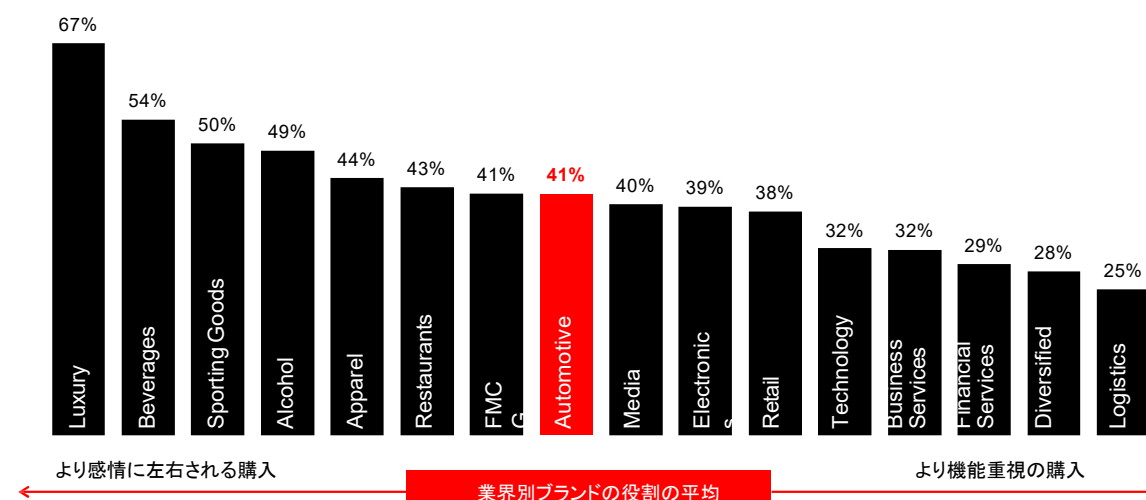
ブランド力は、顧客の意思決定プロセスに影響を与えます。ROB 43%を獲得したベスパは、自動車およびスクーター業界の平均を上回っており、「Best Global Brands」と同様のパフォーマンスを発揮しています。



スクーター業界(μ)



データ提供元: INTERBRAND
 ,ベスパのブランド評価 2021



データ提供元: INTERBRAND, BEST GLOBAL BRANDS 2021

→手法

ブランド力™は、インターブランド独自のツールであり、ブランドのパフォーマンスを内的小よび外的要因を通じて評価するものです。

外的なパフォーマンスは、0%から100%までのスケールで競合他社と比較しており、50%が業界の平均となります。

つまり、50%より高いスコアは平均以上のパフォーマンスを、50%より低いスコアは平均以下のパフォーマンスを発揮していることを意味しています。

→ベスパに注目

外的ブランドカスコア™ 58%を獲得したベスパは、スクーター業界の平均より遥かに高いパフォーマンスを発揮しています。

つまり、ベスパが業界で非常に強いブランド力を発揮し、特に明確なライフスタイル特性、イタリアの真髄、ユニークなデザインを併せ持つ刺激的な象徴として認識されていることを意味しています。



内的小原因	外的小原因	
リーダーシップ	エンゲージメント	関連性
方向性 ブランドの目標とそこに到達するための方法が明確か？	差別化 確実に、記憶に残る体験を提供できているか？	存在感 コミュニケーションが取れているか？ニーズがあるとき、お客様に思い浮かべてもらえるか？
統制 みんな同じ方向に向かってるか？	一貫性 お客様との接点を通じた交流が、ブランドに感じられるか？	信頼感 お客様から信頼され、お客様の利益を考えて行動しているか？
共感 お客様に寄り添い、変化するニーズや要望を先取りできているか？	関与 提供する体験は、お客様を引き付け、参加を促すものか？	親近感 お客様はブランドとの積極的なつながりを感じているか？
敏捷性 お客様の期待を先取りするために、スピード感を持って行動しているか？		

