

ビジョンの特徴 チートシート

野心的

ブランドのビジョンは、ブランドがどこに向かっているかを定義するために、リーダーシップチームの野心を表す必要があります。

大きく、大胆で、怖い

ビジョンは、目の前にある挑戦とビジョンを達成する可能性の両方が、大胆で少し怖いと感ずるくらい大きなものである必要があります。

勇敢で勇気がある

ビジョンは簡単に達成できる目標に基づくべきではありません。ビジョンは、達成できるかどうか疑問を感じさせ、それに取り組む勇気を求めるものであるべきです。

やる気を起こさせる

ビジョンを達成する可能性は、リーダーシップチームだけでなく、ブランドを代表するチーム全体に、一歩先に進みたいと思わせるものであるべきです。

リーダーシップに触発される

ビジョンは、マーケティング活動の一部として独立して作られるべきではありません。リーダーたちは、その開発に関わるだけでなく、その実現を先導しなければなりません。

信念を鼓舞する

ビジョンは、ブランド内のすべての人に、自分たちの仕事を信じさせ、ブランドをビジョンに近づける正しい行動を導くものであるべきです。

影響力がある

ビジョンは、将来のブランドに向かって進んでいることを確実にするため、より広範で長期的なビジネスの決定に影響を与えるべきです。

達成可能

ビジョンは大胆で野心的であるべきですが、達成することは可能でなければなりません。ブランドの従業員がそれは可能だと信じ、その未来のビジョンを受け入れるくらいの可能性が必要です。