

装饰画批发 – 现代简约立体室内装饰画厂家批发定制

产品名称	装饰画批发 – 现代简约立体室内装饰画厂家批发定制
公司名称	中山市樱桃广告有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	中山市石岐区海景路11号A座三层
联系电话	0760-88832600 13424545913

产品详情

企业形象及企业形象广告喷画定位

企业形象是组织的识别系统在社会公众心目中留下的印象，现代企业形象的理论是以CIS理论，即理念识别（mind identity）、行为识别（behavior identity）和外表征识别（visual identity）所构成的企业识别系统（corporate identity system）为基本理论框架。

企业形象广告定位就是企业在进行广告喷画宣传活动中，在广告的创意与信息表达上保持企业的VI，MI，BI信息的一致性，从而促使社会公众形成对企业固有的认知。企业形象广告定位应该围绕理念识别、行为识别和外表征识别所展开。从本质上讲，企业形象广告定位就是：在消费者心目中找到位置并占据某一特殊的位置，以促使消费者在思想行为（特别是消费思想与行为）上产生有利于企业发展的倾向性。

1) 理念识别（即MI）的定位

理念识别是企业的核心和统帅。一般来说，不同的企业，经营理念是不同的，理念识别的定位是不一样的。不同的理念识别不仅决定着企业的个性特征，而且决定着企业形象的层次高低与优劣。

（1）经营宗旨的定位。经营宗旨是企业的经营哲学，它主要包括经济观、社会观、文化观。经营宗旨的定位事实上是企业自我社会定位。经营宗旨的定位类型大体可分为三类：

一是经济性，它突出的是企业经济效益。

二是经济社会型，它讲求经济效益和社会效益并重，或者偏重社会效益。

三是经济、社会、文化并重型，它既讲求经济效益，也要求社会效益，亦十分注重对人类社会的文化贡献。

(2) 经营方针的定位。经营方针是企业运行的基本准则。从社会性的角度来看，不同的行业，在经营方针的选择和确定上具有一定的倾向性。而这种倾向性往往是由企业生存发展环境所决定的。在为企业经营方针定位时，既要注意行业自身的特点又要注重经营方针的指导性。

(3) 经营价值观的定位。企业的经营价值观是企业文明程度的标志，反映出企业的文化建设水准。正确的企业价值观，对内能够产生巨大的凝聚力，对外可以激发出强有力的感召力。经营价值观的定位，一旦经广告传播，便会使企业的形象连同其口号，深入到公众心目中。

2) 行为识别(即BI)的定位 行为识别的定位具体表现为：实力定位、产品形象定位、经营风格定位、企业经营行为定位和文化定位。

(1) 实力定位。这种定位是指在广告中突出企业的实力，其中主要是展示企业生产技术、人才、营销和资金，企业过去、现在和未来等方面的实力。

(2) 产品形象定位。这种定位是以突出企业的主要产品或品牌产品在同类产品中具有的优势和特质，而这种优势和特质与企业整体形象的优势与特质具有某些方面的融合性，即具有企业整体形象的鲜明代表性。例如，麦当劳从不卖出炉后超过十分钟的汉堡包和停放超过七分钟的油炸薯条，充分体现出严格的食品生产和销售的操作规范。其经营活动从一定程度上反映出麦当劳的经营风格。

(3) 经营风格定位。销售人员乃至全体员工的管理水平、经营特点和风格，是使企业从众多经营同类产品的企业中脱颖而出的关键。例如，美国麦当劳广告：Q、S、C+V(即品质、服务、清洁和附加值)，就很好地体现了麦当劳的经营风格。

(4) 企业经营行为定位。企业经营行为定位是指通过把企业经营管理活动在广告中进行定位宣传，而将企业经营行为、企业社会责任感传递到社会公众，以达到赢得支持和赞誉的效果。

(5) 文化定位。文化定位就是在广告喷画中突出、渲染出一种具有个性的、独特的文化气氛，其目的是使公众自然而然地为其所吸引，从而树立起企业在公众中的形象。文化定位是使广告的内容不仅显示商品本身的特点，更重要更关键的是展示一种文化，标示一种期盼，表征一种精神，奉送一片温馨，提供一种满足。因为现代生活中人的观念具有现代民族文化意识，所以日本企业在中国的汽车销售中，更加刻意追求中华民族文化的认同感，如三家汽车公司的广告语：“车到山前必有路，有路必有丰田车”；“有朋远方来，喜乘三菱牌”；“古有千里马，今有日产车”。三家汽车厂商都巧妙地引用了中国人非常熟悉的三句话，增强了广告的感染力和渗透力。

3) 外在表征识别

外在表征识别是企业的静态识别符号，是企业形象的具体化、直观化、视觉化表达形式。外在表征识别由企业的基本标识、应用标识、厂容厂貌、产品外观包装、机器设备等子系统构成，其中基本标识包括企业名称、标志、商标、标准字、标准色等，应用标识包括象征图案、旗帜、服装、口号、招牌、吉祥物等，厂容厂貌包括企业自然环境、店铺、橱窗、办公室、车间及其设计和布置。

企业形象广告定位是一个系统工程，它大到企业的经营战略，小到员工的衣食住行。企业形象广告喷画定位的作用就是通过广告宣传把企业的方方面面以广告的形式集中的表现出来，并且把它传达给消费者。例如，宝洁的形象是通过对中国洗发水行业从无到有的培育过程不断积累而成的，其形象与宝洁长期大规模的广告投入是密不可分的。

以消费者为中心的现代营销观念表明：企业形象广告定位并不是企业单方面的事，它是企业与消费者之间双向交流的过程，是企业在仔细研究消费者心理的基础上，根据企业实际情况来确定的。