

拼多多无货源开店教程 如何打造一款品牌吉祥物

拼多多品牌店铺代运营

产品名称	拼多多无货源开店教程 如何打造一款品牌吉祥物 拼多多品牌店铺代运营
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

世界经营大师沃尔勒说：“如果说品牌（商标、品名）是您的脸，让人记住您，那品牌吉祥物则是您的双手，让您紧紧握住别人，与人产生情感发生关系。”

拼多多无货源开店教程 如何打造一款品牌吉祥物 拼多多品牌店铺代运营

一、吉祥物是什么

通常而言，吉祥物是一个角色，一个人格化的信

箱，是[品牌](#)、团队、公司甚至某个公众人物形象性的代表。吉祥物在英文中是

「Mascot」，语源是法语单词「Mascotte」，意思是幸运符。

值得一提的是，吉祥物这一概念可以以人、动物为基础，也同样可以使用物体来图形化，这些被图形化的形象被视为好运的象征。这大概也是吉祥物在[营销](#)

中如此之受欢迎的原因所在，因为它不仅仅帮助进行沟通和反馈，还可以满足情感诉求，同时能转化出实际利润。

二、品牌吉祥物的意义

品牌吉祥物的概念是指企业为强化自身的经营理念，在市场竞争中建立良好的识别形象，突出产品的个性特征而选择有亲和力的、具备特殊精神内涵的事物，以富于拟人化的象征手法且夸张的表现形式来吸引消费者注意、塑造企业形象的一种具象化图形的造型符号。商业吉祥物拥有主体性，能够起到传递经营理念、增加企业无形资产积累的作用。

世界经营大师沃尔勒说：“如果说品牌（商标、品名）是您的脸，让人记住您，那品牌吉祥物则是您的双手，让您紧紧握住别人，与人产生情感发生关系。”这句话生动而形象的说出了品牌形象的重要意义。

三、打造吉祥物的整个流程

业务诉求

设计目标与价值

调研与了解[觅伊](#)APP用户群体基本概况（调研目标对象、解剖目标对象形体特征）——塑造形象

发现觅伊APP用户群体交友故事，塑造虚拟形象人设——人物三观设定

梳理所有使用场景

方向探索与草图绘制（试验初稿）

打磨形象（表情、动作、三视图）、3D视图

确定1.0版本、投入阶段性使用

>>>>业务诉求

从平台现有的视角和未来发展出发，需要有一个统一生动的虚拟形象，来代表/象征平台的精神与文化；

>>>>设计目标与价值

打造一个虚拟形象cp，使其成为1.0版本的觅伊品牌形象大使，用于觅伊APP乃至公众号、微博以及合作

商的各个运营传播场景。

>>>>打磨形象塑造

需求点：

设计原型：企鹅是对爱情更忠贞的，它们一生只有一个配偶；为解决单身男女快速脱单问题，借企鹅表达了对爱情的专一、执着和憧憬；

命名规则：取自于“觅伊”中的“觅”与“伊”的主动和被动关系，因为在大部分爱情关系里，男生为主动方，女方为被动方，所以男性角色以蓝色调为主，称为“觅哥”；女性角色以粉色调为主，称为“伊妹”；

为映照觅伊App产品LOGO，可在吉祥物身体部位或饰品类添置爱心图标，充分展现觅伊主打“真实有爱社交圈”的愿景。

作为社交软件，帅气/漂亮才是吸引异性的首要条件，所以品牌形象要以男神、女神为设计标准；

形象面孔中需要能够体现稍微成熟一点的特点；

>>>>人物三观设定

品牌IP形象：是一个符号，作为品牌的化身，抽象出品牌价值，融合了品牌受众的共识和想象；

人格化形象：是一名虚拟的角色，既体现着一类人群的共有属性，又凝聚了对该群体的价值导向；

>>>>梳理人物使用场景

对于吉祥物设计的出现场所、重任及其各种各样情景作出不一样的姿势、姿势的拓宽设计方案。而在衍生设计方案的时候以原型做发展趋势，务求当然、流利地主要表现。

觅伊吉祥物运营场景维度：

>>>>投入设计

这是一个漫长的过程，这不是一次就可以敲定的；设计师对于一款吉祥物至少有4个设计方向来设计吉祥物。设计师把从形象计划者那里拿到的你的灵感转化成完全独特的概念草图，终于通过不断讨论优化，确定版本。

拼多多无货源开店教程 如何打造一款品牌吉祥物 拼多多品牌店铺代运营

四、写在之后

随着社会的发展进步，吉祥物从过去的图腾符号演变为现在人人喜爱的现代吉祥物。要让品牌快速成长，必须善于挖掘目标受众的吉祥情怀，打造大众化的品牌吉祥物！