

# 南阳中小微企业如何进行品牌推广,怎么做?

产品名称	南阳中小微企业如何进行品牌推广,怎么做?
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	2000.00/次
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

## 产品详情

南阳企业在发展过程中会经历很多阶段，但是在企业发展前期的时候，品牌推广会经历三个阶段：品牌树立期、品牌阶段性推广期、品牌系统推广期。

或许有人会疑问，难道企业后期难道就不需要品牌推广了吗？后期也需要，只不过那个时候，企业的发展步入了正轨，品牌推广工作的开展相对有章可循。

那么，在这三个阶段，南阳中小微企业应该怎么做品牌推广呢？

### 品牌树立期阶段——

这个时候，无论是企业还是网店或者门店，都需要一个基本的形象，比如名字、LOGO、VI基础系统，另外还需要一个基本的官&方展示，比如官&网（哪怕是形象官&网）、微信公众号、微博、网店等，任选其一即可，这是必备的。

结合服务的众多中小微企业来看，综合建议如下。

对企业的名字不要想得复杂，好记、有一定寓意、易传播即可；

LOGO很多人想着注册保护自己，事实上小微企业没有知名度，人家也不会模仿你或者利用你的品牌；对于很多大企业来说，比如阿里巴巴新推出一个产品，他们的LOGO设计和注册都成体系，包括法务响应也快，谁也不会不敢去套他们的品牌用。

所以LOGO简单、易应用即可，先期可以不用考虑注册，缓一段再说。因为随着品牌的升级，LOGO是可以修改、优化升级的。

基础的VI系统及应用，不建议做大而全，很多设计公司从专业和盈利的角度，会建议你做完整的VI系统，那些就看创始人怎么看待这个事情了。

不过，可以说的是，选择一些适用的VI应用即可。从目前来看，微博、微信公众号、抖音号（或视频号）作为官方形象展示工具是成本最低的，但是后期的日常维护也是最耗费精力的。如果可以，可以做一个套版的官网，成本可控又美观，市场价在5000元左右，后期可进行更新。

在这个阶段品牌推广的广告投放，应该侧重哪些，根据自己的目标客群的阅读和消费习惯，有侧重点的投放，如果进行立体的投放，会造成成本较高，而且密集投放，会带来大量的客户；

不过接待不周，会造成客户流失，可以采取点线结合的投放模式，可以对客户需求快速反应，并不断优化自己的产品、接待能力和售后服务能力。

这个阶段属于一边忙碌一边沉淀的阶段。过了这阶段，会进入一个飞跃期。

#### 品牌阶段性推广期——

这个阶段的到来有早有晚，根据行业不同，如果是爆品或者应季产品，有可能瞬间就抵达了；但是，如果是一些需要市场检验、需要客户体验反馈的，需要一段时间。

在这个阶段，对于基础的品牌形象问题，除了正常的日常维护，如官网、微信、微博、抖音、公众号、网店等；还要做好及时的形象优化，剔除一些沟通成本高收益不佳的产品展示，做好统一说辞，去除展示BUG等工作。

在这个时期的推广工作是有体系的投放，“围点打远”，围绕着一个渠道进行针对性的投放，比如淘宝直通车，或抖音号，加大力度，快速引流变现；打远的意思是，你的广告语或者画面，一定要能引起目标受众的快速反应，而且让竞争对手无话可说，对你构不成威胁；也就是说，投放的主题，传递的是产品的核心竞争力，世间无二；如果想不到或者拎不清自己品牌核心竞争力，可咨询专业品牌策划公司，有的愿意免费提供一些顾问服务。

#### 品牌系统推广期——

这个时期的到来，说明小微企业的发展已经形成稳定的客户关系网和稳定的现金周转流，品牌在自己的领域，已经形成一定的知名度，但是这个时候的关键，是需要能抵御外来风险。这个时候需要根据年度的营收目标和成本构成，确定自己产品的推广投放成本。比如100万的销售目标，10-15%的推广成本还是需要，根据实际情况，可能还要高于这个数字，有的能达到45%。

每一种产品的推广投放是不一样的，比如建筑监理的推广投放成本可能是用在公关，一些网店的可能用在营销工具购买和搜索引擎上，这个时候，要把推广的费用控制好，灵活调整。每个产品都有行情，不要把广告费用一下子锁死在某一种推广渠道上，不然广告费无法内部调整。