



企业VI计划要具有效性，能够有效地发挥树立良好企业形象的作用，首先在其策划设计必须根据企业自身的情况，企业的市场营销的地位，在推行企业形象战略时确立准确的形象定位，然后以此定位进行发展规划。在这点上协助企业导入VI计划的机构或个人负有重要的职责，一切必须从实际出发，不能迎合企业领导人一些不切合实际的心态。笔者在协助产品在市场信息上刚有较好走势但实力并不雄厚的一家企业导入VI计划时，二次接触时该企业领导人即提出要在五年进入0家企业几名等过于盲目乐观的规划与想法。如果适合满足企业家这种不正常心态，来构建成企业形象战略的架构，其有效性将要大打问号。事实上一年之后该企业由于营销上的失误全面跌入了低谷。