

语境品牌告诉你品牌故事要这么写！

产品名称	语境品牌告诉你品牌故事要这么写！
公司名称	呼和浩特市新语境广告有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	呼和浩特市赛罕区锡林南路恩和大厦810
联系电话	0471-3696012 13214030045

产品详情

如何使一个品牌变成一个争相传诵的传奇？这不单单是靠打户外、发海报、做大小型活动就可以搞定的。在品牌的建设和传播中，会讲故事的品牌，才会成为历史的赢家，时代的弄潮儿。如何能讲好一个故事呢？语境品牌认为这不仅需要“品牌大使”们不遗余力地传达品牌故事，才能被“品牌簇拥”者们接受和信奉。

很多经典的如LV等、或者新生的个性的品牌如雕爷牛腩等，都是讲故事的大师。品牌将情感和关联的企业产品服务与消费者结合，生发出欢乐与难忘的体验感。所以品牌故事在品牌战略中的地位不可小觑，它让品牌变得有血有肉，是产品生命力和好感度的最大延续和提升的保证。

品牌故事围绕着它们的历史、动态展开。在故事的构成上，都有一个共同点：品牌故事线清晰、品牌特征鲜明具体、多重渠道传播。那么，如何才能快速掌握讲好品牌故事的方法呢？

讲述品牌故事法则

产品+故事=品牌

星巴克创始人霍华德·舒尔茨说，“我们并非做咖啡生意，我们做的是人的生意。”有着“第三空间”之称的星巴克向来以情感来联接产品与顾客，这是星巴克价值观的真正主张。但是这一理念又如此微妙和难以捉摸，虽然后来有很多“星巴克迷”们为此趋之若鹜，争相去模仿这一精神理念，但是真正能模仿的惟妙惟肖的又有几个人？

星巴克的一位咖啡师了解到老顾客在等待肾脏移植，便亲自做了配型测试并且成功移植。一位门店女员工为鼓励患癌症少女勇敢与病魔作斗争，将自己剃成了光头。员工认同公司的道德观念和价值之后，心甘情愿地通过每一次服务为顾客提供完美的咖啡体验。而每一次体验的背后又都是一段足以称道的故事。

那么体验究竟是什么？只要从真实的生活与情境出发，去塑造感官体验及心灵思维的认同。

品牌故事就是最最好的软广告，没有品牌故事，品牌就很难拥有底蕴和人情味道，没有故事的品牌也注定是平庸的代表一种标识、一种符号、一个名称……，无法称为名牌，在竞争激烈又同质化明显的市场竞争中脱颖而出，必须缔造出消费者对品牌的无尽想象，并且能够争相传播，传递那种与众不同。