

舍可策划案例：梵立欧轻奢门窗品牌策划设计

产品名称	舍可策划案例：梵立欧轻奢门窗品牌策划设计
公司名称	上海舍可企业形象策划有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市金山区亭林镇金展路2229号7号楼1401室
联系电话	021-61556214 13296016214

产品详情

们大多选择移门产品皆为新房装修的阶段；他们距离成为财富主体还有一段距离。尽管，但繁重的生活压力使得他们不可能真正成为奢侈消费的主体，于是“轻奢品”正成为生活态度叫轻奢轻奢是一种生活态度，简而言之就是“可以负担得起的奢侈品”，轻奢的“土豪族”们有所不同，轻奢爱好者们追求品位与个性化的生活选择，无论衣食住行品质最好，最适合自我的。2、品牌定位：把握消费趋势，创造新品类！借助轻奢这个轻奢生活理念这个符号；抢占年轻消费群体的话语权威制高点，成为年轻消费群体的首略”。并通过4个纬度来落地轻奢战略，即：品牌符号化！形象时尚化！门店体验化！策划为梵立欧找到“轻奢”消费符号，并且通过创造新品类“梵立欧轻奢门窗”的新品

二、品牌强势广告语：强势广告语是一句能说动目标消费者形成购买、并且还能记住品形成价值认知、一听就记住；从而转化为购买行动和口碑传播。轻奢新主张，就选梵立欧，同时也是给消费者提供了一个新的选择理由。“新主张”喻指新的生活主张、不老套励年轻人选择全新的生活主张。

三、品牌强势符号：1、轻奢蓝：一个让品牌与众不同，用色如用兵，舍可策划为梵立欧重新定义了主色彩，抛弃了原有的主色彩，时尚亮惯，在一片以深沉的暖色调为主的门窗行业中脱颖而出，具备明显的视觉差异化。战略梵立欧重新提升了品牌标志形象。提升后的logo更加符合轻奢战略，符号性更强，降低符号：一个让品牌过目不忘的花边！经典的三角形花边图案被广泛地应用在时尚奢侈品不会忘记的图形符号，梵立欧品牌借住这个符号，牢牢地打入消费者的心智中，并且形时它也能让梵立欧的品牌传播成本大大地降低。

四、品牌传播系统：舍可策划以“品牌全面媒体化”的理念，为客户规划以企业自媒体系统传播形象。1、品牌VI系统：舍可策划认为，品牌本身就是一个媒体，企业里里外外的

一次次品牌传播的机会。2、品牌官方微信：舍可策划为梵立欧重新规划了官方微信号的
有内容和形象。3、广告传播：4、招商画册设计：5、展会终端形象：6、连锁店形象图

以上仅为本项目的阶段性成果，后续持续更新中.....

项目时间：2016-2017年项目内容：品牌系统性策划项目背景：梵立欧门业是以生产、销
来通过运营团队的多方努力，已经形成了连锁店加盟的初步模式，以精良的产品和优质
脱同质化的市场竞争，一方面即便是推出了众多创新型产品，却在价格上很难真正做起
感觉到困惑。另一方面，运营团队对门窗行业有着深厚的感情及十几年的产品经验，却
的战略，没有找到自身独特的、区隔于竞争对手的品牌识别度。创始人对打造品牌有着
完整的品牌思路和定位切入点；于是在这样的背景下，梵立欧品牌创始人张总不远千里
欧“改头换面”的品牌全案策划设计。以下是梵立欧原来的品牌形象：舍可策划在经过
在以下几方面的问题：1、没有清晰的品牌战略及定位；2、现有的品牌广告语不是一个
乱及不规范的现象；

——以下是案例的详细解读：——

一、品牌战略1、消费者洞察：一代消费人群成就一代品牌！舍可策划通过对消费者的洞
体为主力的当下，毫无疑问，梵立欧品牌能否顺利崛起起决于能否找到与80/90后消费人