

灵睿活动策划|活动策划团队|活动策划的价值

产品名称	灵睿活动策划 活动策划团队 活动策划的价值
公司名称	深圳市灵睿广告有限公司
价格	10000.00/场
规格参数	品牌:灵瑞 型号:lr487979 产地:深圳
公司地址	深圳市罗湖区金塘街48号蔡屋围丽晶大厦(南座) 3201室
联系电话	0755-61288718 18925278650

产品详情

灵睿活动策划|活动策划团队|活动策划的价值|活动策划竞争力

咨询Q：1813694312 电/微：18925278650 谢

据统计，现在中小企业已占全国企业总数的99%以上，创造了60%的GDP，承载着80%的就业人口。

不难发现生活中的一些老板，对于产品的市场运作可以说基本上没有什么战略和规划，就算是有，也仅仅是自娱自乐型的，每天似乎都在凭感觉做事，产品要么跟风，想照搬成功企业的营销模式却心有余而力不足；要么就根据所谓祖传秘方或自身拥有的某种特定优势开发生产出的产品，凭主观感觉总以为会在市场上顺风顺水。结果，好产品不一定有好市场，好市场不一定是好产品的客观事实与原先他们的心理预期和希望截然相反；市场是立体多元的结构，与他们想象中的只要好产品就会成就好市场的平面思维有着巨大的落差。于是许多老板就承受不住了，急躁和不理智交织在一起形成的偏激往往使事情朝着更加不容乐观的方向发展，真是令人感慨万端。

那么，中小企业的活动策划团队为什么会缺乏市场竞争力?我们就简单从企业提供活动策划方面来讲讲:

1. Facts (产品事实)：“我们提供.....” 这里是从企业的角度，要说出我们的产品或服务的核心特点，这些特点是毋庸置疑、事实存在的，是有差异性竞争优势的。

2. Function (理性价值)：“能为你带来.....” 这里要转换视角，从企业角度变为用户角度：对用户来说，我们的这些产品/服务特点，能为他们转化成怎样的独特价值？能为人们解决哪些实际问题，满足哪些实际需求？

3. Feeling (情感价值)：“还能让你感觉.....”

在某种实际需求被解决的同时，还会让你感觉如何？这也就是人们常说的情感附加价值。

相比可以衡量的理性价值，这种Feel的情感价值不太容易精确计量，品牌的溢价空间也就此产生差异。

当你在为某种感觉买单的时候，价格的考量就不理性了。

4. Faith (品牌信念)：“我们都发自内心地相信……” 这个时候，再一次转换角度，从之前的用户角度，转变为用户和品牌共同拥有的信念与信仰，就是把用户和品牌真正绑在一起了，如果品牌能做到这一点，用户就会从消费者变成你的拥趸（真正意义上的粉丝），用户就会成为你的品牌大使与代言人。 Faith (品牌信念) 的重要性可以再多强调一下，因为它除了对消费者的巨大价值，对内部团队的激励作用也十分巨大，会让团队成员在具体工作时，产生一种荣耀与使命感，也就是所有人坚持创新、每天全力奋斗的终极动力。

活动策划F4原理：

Facts (产品事实) 可以驱动的消费者反应：我要买你，因为你在……方面特别牛（代表某种优点）。

Function (理性价值) 可以驱动的消费者反应：我要买你，因为你可以帮我搞定……（解决某种刚需）。

Feeling (情感价值) 可以驱动的消费者反应：我要买你，因为你可以让我感觉……（展示某种逼格，或实现某种欲望/感觉）。

Faith (品牌信念) 可以驱动的消费者反应：我要买你，因为我们都相信……（共同拥有某种信仰/理想）。

说了这么多，其实就是中小企业对策划团技术要求低。但是就中小企业来讲，光凭老板自身对市场的悟性和敏锐，以及以往曾令自己自豪不已的高速发展，来作为参照样板，只会显示出其颓势和破绽，被以往所谓的成功掩盖住的矛盾在重压下会重新浮出水面。同时，直面产品市场竞争激烈的态势，一个企业如果光靠自身拥有的社会关系储备和营销资源积累等显然是不具备竞争力的。 灵睿广告，是一家集公关、活动、策划、设计为一体的综合性传播机构，立足深圳，是国内领先的活动创意策划公司，经过十五年积淀，公司有多年的公关策划经验，厚积薄发，资深的专业策划执行人士，独辟蹊径的实战谋略。