

企业品牌推广|企业推广方案|企业品牌推广策略

| | |
|------|-------------------------------|
| 产品名称 | 企业品牌推广 企业推广方案 企业品牌推广策略 |
| 公司名称 | 上海一焯营销策划有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | 品牌:一线品牌策划 型号:高端定制 产地:上海 |
| 公司地址 | 上海化学工业区物流产业园合展路118号1幢102室R26座 |
| 联系电话 | .021-65909699 13917219856 |

产品详情

初创型企业在品牌推广过程中往往面临着的最大问题是什么：资金。显而易见，初创型公司不可能像世界知名企业如阿迪达斯、耐克这样的大企业那样的去投资，从而开展自己的品牌推广计划，但不要气馁，实际上，开展你自己的品牌推广计划比大多数人想象的要容易得多，说到这儿，你可能不相信，没关系，只要你认清及避免以下这些常见陷阱、误区，你的品牌推广就有可能顺利开展。

不清楚品牌的力量

从客户关系的角度来看，拥有一个强大的品牌固然是有利的，比如：笔者想在网上购买数码产品时，首先想到的会是京东。所以你一定也想与你的买家拥有那种直接、确定的关系。

没有建立明确的品牌准则

在认清第一点后，你应该建立至少涵盖以下内容的明确准则（与你公司所在领域相关的其他方面也可以加入）；

LOGO(包括首要标识，以及你的公司针对具体产品系列而使用的特殊标识)品牌颜色，口号，字体设计，你的品牌中的语言表达方式，图案，吉祥物和代言人。

显然，这个列表并不全面。如果你觉得需要有一些其他的特点才可以定义你的企业，那么就把这些特点添加到你的品牌准则中。但完全没有这些是要不得的。因为如果没有这些要素，你的品牌建设将缺乏一

致性和方向，从而不会成功。

品牌形象过于复杂

品牌形象设计的过于复杂是大忌，自1887年第一次被使用以来，可口可乐的经典LOGO经过127年的使用，原来的样子基本上没有改动。

“模糊式”品牌推广

结合上一点，简洁，并不是走向相反的方向，没有任何明确的关于你公司及价格主张的信息出现在你的品牌准则里。例如我们常见的“畅销书”、“冠军”、“获奖”等。这样的品牌推广真的不会产生任何实际意义。

面对一情况，正确的解决方法应该是：品牌中使用清晰的语言、标识和图像。

产品“偏离”你已经制定的品牌准则

你已经制作了细致的品牌准则且已经开始在公司的营销资料和线上实施，但在几个月后，你需要为你正在推出的一个产品系列创建新的广告，这时你感觉，如果使用在你的品牌规定色彩范围外的一些颜色，会不会更具冲击力？

是的，你能这样做。但要记住，像这样偏离你原来的品牌准则一次，就相当于削弱它的影响力一次，它们做，实质上是在将一个全新的品牌形象介绍给你的客户，是在减少你的现有品牌与统一的品牌推广活动之间的关联度。

没有对你的品牌使用进行有效监督

开发和实施你的品牌只是成功的一半，除了这些，你还必须积极主动地监督其他人在哪里以及如何代表你使用你的品牌元素。如果你没有这样做，你的竞争对手可能会创建一个看起来类似的logo，会使用你的logo创建一个评论网站却不返回到你的链接上，而且还会有合作伙伴展示用错了你logo颜色的广告。

其中的一些问题可能是轻微的，但在很多情况下，你在品牌元素方面的权益受到了侵害，采取法律行动是有必要的。

糟糕的品牌改变

重塑品牌形象没有什么不对。除非你的做法很差。切记，对你已经建立起来的品牌，你所做的任何改变，都将会减少你与客户之间已经建立起来的联系。因此，真的只有在带来的好处大于失去业务的风险

时才可以改变你的品牌形象。如果你决定要做一个改变，你需要就这个改变向你的忠实用户做出明确的说明。

综上所述，虽然品牌推广本身无疑是一种市场营销学，但是它也不需要过于复杂。企业品牌建设与推广是一个系统的过程，并且需要一定的诀窍，对于初创型公司来说，将有限的资金对其品牌进行有效的宣传，才能够让企业越做越好。