

亚美远传 | 品牌管理：中小微企业的突围方式

| | |
|------|---|
| 产品名称 | 亚美远传 品牌管理：中小微企业的突围方式 |
| 公司名称 | 山东亚美远传文化传播有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | 品牌:亚美远传 型号:品牌管理 产地:山东 |
| 公司地址 | 中国（山东）自由贸易试验区济南片区工业南路61号山钢新天地广场8号楼1单元15层1505号（注册地址） |
| 联系电话 | 0531-86516890 18560158530 |

产品详情

文章选自亚美远传微信公众号：youngms2007

作为一个企业老板，你会不会经常自问：

为什么我的企业不能迅速做大？

为什么销售了很多产品，却没有多少利润？

为什么企业在发展时感觉后继乏力？

品牌对于企业而言有着怎样的意义？

“品牌”（brand）一词来源于古挪威文字 brandr，意思是“烙印”，它非常形象地表达出了品牌的含义--“如何在消费者心中留下烙印？”。作为企业无形资产，品牌价值到底该如何衡量?或许，从下面这些数据中我们可以找到答案：

2017年度“全球最具价值100大品牌”排行榜

最新发布的2017年度“全球最具价值100大品牌”排行榜中，苹果以1842亿美元位居榜首，谷歌排名第二。排名前100位的品牌总价值较2016年增长4.2%，总价值为1.8717万亿美元。

中国企业只依靠人工成本低、发展速度快就能取胜的时代已经终结。在未来十年，是否具备品牌价值、能否持续性地形成品牌溢价，将成为企业成败的关键。大企业如此，中小微企业更是如此。

有资料显示，我国中小企业的平均市场寿命是2.5年，只有极少数的企业能发展成为大企业。竞争是残酷的，很多挣扎在市场底层的中小企业，无一不是在企业发展的路上遇到品牌发展的障碍，才明白原来小企业也需要做品牌。

目前中小企业品牌建设存一些误区：

品牌PK销量，选择销量

不可否认，销量是企业生存发展的基础，但在占领一定市场之后，要谋求更大的发展，就必须要做品牌。要销量可能会产生短期利润，却也牺牲了长期利益。品牌意味着品质、信誉，以及社会责任等多方面的信息。

品牌缺乏质量的支撑

牛根生说过，“没有质量，一切都是负数”。当质量与广告不能够相得益彰时，大量的广告投入不仅是浪费，更是悬挂在企业脖子上的一把利剑。尽管很多企业都认识到这个问题的严重性，但还是有很多企业铤而走险，“央视标王”的纷纷落寞就是最好的证明。

做品牌=做广告

做品牌就是做广告吗？广告是品牌建设必不可少的环节，但广告绝不是品牌建设的全部。品牌不是广告垒起来的，而是产品与消费者心理的总和。

品牌建设与品牌管理不是一朝一夕的事情，对于中小微企业而言，我们认为其品牌建设需设定科学系统的目标，根据目标有针对性地取舍，把与品牌方向不符的机会、资源舍弃，将有利于实现品牌目标的资源进行聚焦，持之以恒地坚持这个目标不动摇。