

品牌发展之痛！我们应该像品牌顾问一样思考

产品名称	品牌发展之痛！我们应该像品牌顾问一样思考
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:品牌发展 产地:山东济南
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

这是一个品牌+营销的时代，不管你是企业主、品牌总监还是广告公司，思路的转型和升级刻不容缓。今天，小编带您一起探讨解构和构建品牌思维的完整之道，助力企业品牌创新转型与升级。

随着我国经济发展，中等收入群体持续扩大，消费者对产品和服务的消费提出更高要求，更加注重品质，讲究品牌消费，呈现出个性化、多样化、高端化、体验式消费特点。“今后十年，中国的三线及三线以下城市，将新增3个多亿的中产及以上人群、接近2个亿的富裕及非常富裕人群、超过1亿多的非常富裕及高净值人群。”

消费结构不断升级，中产阶级开始崛起，80、90后人群开始成为消费主力军。品牌的因素对消费者越来越重要，品牌代表着信赖、可靠、高品质。

对现代企业来说，没有什么比建立自己的品牌更重要的事情了。一个品牌本质上是一个承诺，会为消费者带来安全感甚至归属感。强大的品牌是最好的广告，消费者会自动与之建立起情感和经验的联系。数据显示，驰名世界的品牌产品，产量不到同类产品的3%，但销售额却占到50%左右。可见，品牌所具有的神奇魔力，是企业成功的一大秘诀。

很多企业在建立自主品牌的过程中产生各种困惑：每年投入一定的人力、物力、财力但效果一般；对品牌运作效果的把控感觉力不从心；认为只有投入大笔资金才能拥有自主品牌.....产生以上困局的根源在于：企业缺乏整体的品牌运作意识，“一单一议”的传统交易模式无法输出完整、有逻辑的品牌综合映像；与广告公司“一夜情”式的临时合作，使服务专家对品牌与市场不能够进行深度的研究，长此以往，逐渐偏离品牌核心价值，也扼杀了广告公司的专业价值。

目前，中国仍属于“制造大国，品牌小国”，为了实现中国品牌从“中国制造”到“中国名牌”的转变，5月2日，国务院批复国家发改委《关于设立“中国品牌日”的请示》，同意自2017年起，将每年5月10日设立为“中国品牌日”，以提升中国品牌的影响力，扩大自主品牌产品消费。

亚美远传作为企业品牌综合服务合作伙伴，诚挚携手具有发展潜力的品牌，建立以年度为单位的长期合作，并在双方互相了解、深入沟通的基础上实施与品牌主共担风险，以市场效果为导向的合作模式，共同争取市场成功！