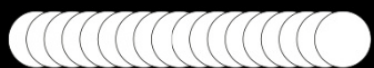


品牌部 工作手册



品牌全案 系统框架

品牌全案系统框架		
工作列项	详细工作内容	作业方式
第一阶段 调研分析阶段		
PART 1 市场调研		
目的：全面、深入了解企业内部情况，明确未来品牌发展方向。了解行业发展趋势、市场消费趋势、面临竞争状况、企业核心竞争力、产品竞争力等，为未来品牌建设提供方向指导。		
1、企业内部调研		
① 基本信息了解	组织架构；业务结构；厂区环境；办公氛围；员工风貌等 文化手册；员工手册；CIS 手册；产品列表；宣传资料；广告素材；对外文字、图片资料；宣传片等	调研方式 定量问卷 定性访谈 影音记录 资料采集 调研对象 企业高层 企业中层 研发团队 生产团队 市场团队 营销团队
② 战略规划调研	企业使命、愿景；长期战略规划及发展布局；近期&长远发展和推进计划；企业资源、禀赋、优势；企业劣势；面临风险；应对方式；企业标杆等	
③ 品牌规划调研	预期采用何种品牌架构及采用原因；期望建立何种品牌形象；品牌宣传途径及投入预期等	
④ 生产调研	生产方式；产量及其稳定性；生产及工艺流程；关键环节；工艺独特性；质量控制环节；生产原料独特性等	
⑤ 产品调研	目前产品线；未来产品线规划；产品独特性；产品品质特点；与竞品相比存在优劣；主要消费群等	
⑥ 渠道调研	目前采用的渠道形式；渠道难点；各类渠道占比；未来渠道规划；未来区域发展规划；渠道销售形势等	
⑦ 竞品认知	目前有哪些竞品；与竞品对比的优劣认知；竞品的发展态势；竞品渠道模式；竞品推广方式等	
2、市场竞品调研		
① 市场竞品盘点	品牌名称；LOGO；品牌符号元素；代言人；市场、品类、价值定位；口号；主要表述等	调研方式 终端观察 定性访谈 影音记录 资料采集
② 竞品产品调研	产品系列；产品线；产品款式；产品规格；产品包装；产品利益点等	
③ 竞品价格调研	零售价格；促销价格；代理价格等	
④ 竞品终端调研	陈列位置；陈列方式；助销促销道具；导购配置；促销方式；品牌推广方式和物料等	

⑤ 竞品渠道调研	渠道类型；终端数；渠道份额占比；渠道产品；渠道营销节奏和营销方式；经销方式和范围；代理产品；代理政策；代理关注点等	调研对象 销售人员 代理商
3、消费认知调研		
① 市场细分盘点	市场需求；消费特征；市场发展路径；市场细分类型等	调研方式 定量问卷 定性访谈 小组座谈
② 消费基础认知	主流消费者特征；产品和品牌认知；购买习惯；关注点；使用习惯；品牌偏好等	
③ 核心产品认知	产品使用体验认知；产品原料认知；产品工艺认知；产品特性；产品吸引点；产品不足；产品使用感受等	
④ 产品对比认知	产品功能对比认知；产品特征对比认知；产品使用体验与感受对比认知；产品外观对比；相比较的产品优劣势认知等	调研对象 消费者
⑤ 产品价格认知	产品价格接受程度；产品价格调整空间；促销吸引力等	
4、案头资料收集		
① 市场信息收集	政策报道；行业新闻；广告宣传；推广动向；产品信息；行业报告等	调研方式 案头调查
② 行业法律法规	国家相关政策；行业相关法律、政策；区域法规；产品周边法规等	
③ 行业标准查询	行业执行标准；产品执行标准等	调研对象 市场信息
④ 竞品信息收集	竞品发展报道；竞品包装；竞品推广等	
PART 2 市场分析		
目的：通过分析，了解品牌优势、劣势、机会、威胁，从而确定未来品牌建设方向。		
① 市场分析	宏观经济形势；政策导向、市场发展态势、消费文化演变；竞争格局等 行业发展历史；行业发展现状，市场容量、市场细分、增长曲线、地理分布、品类细分等； 行业发展趋势等	分析方式 数据分析 资料盘点 案头分析 模型建构 模型工具 PEST 波特五力模型 SWOT 行业生态地图 消费者画像 ... 分析团队 品牌策略组
② 品牌分析	品牌发展阶段，起步、成长、成熟、衰退、转型等； 品牌资产诊断，产品、话语、符号、事件等； 品牌市场表现，销售规模、市场占比、市场地位等；品牌发展困境； 品牌管理模式（团队架构；考核方式；执行力等）；品牌推广模式（区域、渠道类型、预算配比、维护模式等）等	
③ 产品分析	市场产品分类；品牌现有产品线、规格；各产品销售情况（主销产品及占比，新品方向等）；产品特点；产品特性；产品价格等	
④ 竞品分析	主要竞争对手，直接竞争、间接竞争、潜在竞争； 竞争对手表现，产品策略、品牌策略、渠道表现、终端表现、价格策略、受众认知； 自身与竞品对比优势等	

⑤ 客群分析	何时购买产品；购买地点、价位等习惯；使用场景；目标群体；目标群体消费习惯、生活习惯、购买倾向、关注点等	
⑥ 分析整合	品牌的优势、劣势；面临的机会、威胁；未来品牌的发展方向	

第二阶段 品牌体系建设阶段

PART 3 品牌基础体系建设

目的：根据市场分析，确定品牌未来发展战略。根据战略确定品牌核心理念，建立完善的品牌体系、视觉体系、商誉体系。为后续品牌传播打好基础。

1、品牌战略规划

① 品牌发展规划	长期发展规划、短期发展规划、近期发展目标等	作业团队 品牌策略组
② 品牌扩张战略	短期扩张战略、长期扩张战略、区域扩张战略、样板市场战略等	
③ 品牌架构战略	单一品牌、复合品牌、母子品牌、主副品牌等	

2、品牌策略构建

① 品牌定位	品牌以期锚定的目标市场、目标受众、产品品类、价值主张等	作业方式 创意会
② 品牌理念	品牌所倡导的文化观念	
③ 品牌个性	品牌人格化象征、象征符号等	
④ 品牌核心价值	理性价值、感性价值、象征性价值、核心卖点等	作业团队 品牌策略组 品牌文案组
⑤ 品牌价值体系	工艺价值、使用价值、原料价值、功能价值、安全性价值、身份价值等	
⑥ 价值支撑点	详细的数据、细节、现实、故事等价值支撑	

3、品牌话语体系

① 品牌战略表述	品牌使命、愿景、价值观；品牌所主张的事业理论等	作业团队 品牌策略组 品牌文案组
② 品牌命名创意	命名方向（产品、行业属性；关联性，原创性，震撼性等）；命名方案；注册查询等	
③ 品牌传播口号	一句话朗朗上口、便于理解，可直接表达品牌核心并传递品牌购买理由的话语	
④ 品牌价值矩阵	品牌所具备的差异和共性的价值表述，以形成品牌的购买指南	
⑤ 品牌故事表述	创始人故事、产品故事、员工故事等	

4、品牌形象系统

① 品牌符号创意	品牌核心识别的图形、字体、色彩等的创意设计	作业团队 品牌策略组 品牌文案组 品牌设计组
② 基础系统规范	品牌标志核心元素；表示核心元素与次核心元素组合；次核心元素等（标志、字体、颜色、辅助图、吉祥物等）	
③ 应用系统规范	办公用品规范；广告系统规范；印刷出版规范；多媒体系统规范；员工制服规范；交通系统规范等	
④ 拓展系统规范	户外环境部分规范；室内环境标识规范；展会系统规范等	
⑤ 品牌形象 KV	品牌形象核心文案；品牌形象价值点阵设计；品牌形象主视觉设计等	
⑥ 品牌宣传物料	企业画册；品牌手册；产品手册；DM 单页等	
5、品牌商誉建设		
① 品牌背书策略	体育/会议等指定用品；奖项支撑；销量证言；标准制定者等策略	作业团队 品牌策略组 品牌设计组
② 品牌公益策略	社会公益，产品公益，特定人群公益等	
PART 4 产品体系建设		
目的：根据品牌体系，搭建合理的产品线，兼顾品牌曝光、盈利等功能。根据产品线规划和消费者利益需求，进行产品包装。		
1、产品线规划		
① 概念产品	目标客群；产品方向（概念、包装等）；规格建议；价格建议等	作业团队 品牌策略组
② 主力产品	目标客群；产品方向（概念、包装等）；规格建议；价格建议等	
③ 铺市产品	目标客群；产品方向（概念、包装等）；规格建议；价格建议等	
④ 狙击产品	目标客群；产品方向（概念、包装等）；规格建议；价格建议等	
⑤ 产品线列表	目标客群；产品方向（概念、包装等）；规格建议；价格建议等	
2、产品系列形象建设		
① 产品定位	产品定位方向；产品定位	作业团队 品牌策略组 品牌文案组
② 产品核心价值	产品提供的理性价值、感性价值、象征性价值、核心卖点等	
③ 产品价值体系	产品的工艺价值、使用价值、原料价值、功能价值、安全性价值、身份价值等	
④ 产品价值支撑	详细的数据、细节、现实、故事等价值支撑	
⑤ 产品系列命名	命名方向（产品、行业属性；关联性，原创性，震撼性等）；命名方案；注册查询等	
⑥ 产品系列广告语	一句话朗朗上口、便于理解，可直接表达产品核心并传递产品购买理由的话语	

3、产品视觉设计		
① 产品 KV	产品形象核心文案；产品形象价值点阵设计；产品形象主视觉设计等	作业团队 品牌设计组
② 产品包装	产品包装文案撰写；信息层级梳理；包装主视觉；包装完稿等（内包装，外包装等）	
PART 5 渠道体系建设		
目的：根据品牌体系，搭建合理渠道体系，保证品牌曝光、市场覆盖、渠道传播、渠道盈利。		
1、整体渠道策略		
① 渠道体系梳理	渠道类型；渠道产品分布；渠道区域分布；渠道管理等	品牌策略组
2、流通渠道策略（包含 KA、便利店、市场等）		
① 流通沟通策略	销售配合策略；销售说辞梳理等	作业团队 品牌策略组 品牌设计组
② 流通视觉表现	终端生动化；助销促销物料道具开发；堆头/特展设计；终端 POP 等	
3、专卖/连锁渠道		
① 专卖/连锁沟通策略	销售配合策略；销售说辞梳理；终端功能规划；VIP 策略等	作业团队 品牌策略组 空间设计组
② 专卖/连锁 SI 设计	SI 风格定位；外部环境系统；内部环境系统；SI 落地设计	
③ 专卖/连锁渠道物料	终端生动化；助销促销物料道具开发；堆头/特展设计；终端 POP 等	
4、电商渠道		
① 电商品牌诉求策略	目标人群定位；诉求点；诉求表现等	作业团队 电商策略组 电商文案组 电商设计组
② 电商主页设计	主页板块规划；主页文案表现；主页视觉设计等	
③ 电商详情页设计	详情页板块规划；详情页文案表现；详情页视觉设计等	
④ 电商整体装修	每款产品详情页执行设计	
⑤ 电商推广策划	电商渠道推广工具的选择、使用、优化等	
PART 6 招商体系建设		
目的：根据品牌体系，搭建招商体系，为渠道扩张、市场扩展提供品牌支持。		
① 招商策略	招商流程规划；招商政策咨询等	作业团队 品牌策略组 品牌文案组 品牌设计组
② 招商诉求点	市场价值；产品价值；代理价值；广告支持；物流体系；回收体系等	
③ 招商工具	招商手册；DM 单页、折页；POP 等	

④ 展会设计	展会功能区域规划；展会 SI 设计；展会沟通策略等	
--------	---------------------------	--

第三阶段 品牌传播阶段

PART 7 传播策略

目的：以品牌体系为基础，制定整体传播策略，保证传播方向正确，合理利用传播资源，达到最大传播效果。

1、传播目标

① 整体传播目标	年度传播目标设定	作业团队 创意部
② 传播阶段划分	年度传播目标拆解；阶段目标设定等	

2、传播洞察

① 目标受众洞察	受众生活习惯；话题关注点；产品关注点；促销接受点等	作业团队 创意部
② 品牌利益点	品牌利益点；产品利益点等	

3、传播概念

① 整体传播概念	年度传播概念设定	作业团队 创意部
② 传播阶段划分	年度传播概念拆解；阶段传播概念设定等	

4、整合传播策略

① 整合传播策略	线上、线下、终端传播整合策略	作业团队 品牌策略组 品牌文案组 品牌设计组 互动策略组
② 线上传播策略	各阶段纸媒平面传播策略；多媒体影视传播策略；新媒体传播策略等	
③ 线下传播策略	各阶段促销活动策略；主题活动策略；公益活动策略等	
④ 终端传播策略	各阶段促销策略策略；动销策略策略等	
⑤ 跨界/联营策略	目标品牌分析；目标品牌选择；跨界/联营方式等	

5、传播创意

① 创意主题	整体创意主题；线上配合主题；线下配合主题；终端促销主题等	作业团队 创意部
② 创意文案	纸媒文案；影视文案；新媒体文案；软文文案；活动文案；促销文案等	
③ 创意设计	硬广设计（纸媒、户外、banner 等）；活动物料设计；促销物料设计等	

6、媒介策略		
① 受众媒介分析	生活习惯；活动区域（常去区域、密集区域等）；心理特征；接触媒体等	作业团队 媒介组
② 区域投放分析	投放区域比重、区域媒介特点、区域受众特点等	
③ 媒介投放分析	辐射范围、媒体热度、主流受众、档期、报价等	
④ 媒体投放选择	区域选择、媒体选择、时段选择、频次选择等	
PART 8 传播执行		
目的：根据品牌传播策略，利用各种传播资源，进行传播执行，打造品牌知名度、美誉度、忠诚度。		
1、传统媒体传播执行		
① 新闻投放执行	新闻媒媒体选择；媒体规格；媒体时段；媒体预算等	作业团队 创意部
② 新闻投放内容	软文文案撰写；硬广文案撰写；视觉设计等	
③ 多媒体投放执行	多媒体选择；媒体规格；媒体时段；媒体预算等	
④ 多媒体投放内容	内容主题；脚本撰写；分镜头方案等	
⑤ 宣传片执行	企业宣传片、产品宣传片、TVC 等	
2、网络媒体传播执行		
① PC 网站	网站架构；网站内容；网站视觉设计；网站编写；网站制作等	作业团队 品牌策略组 互动策略组 互动文案组 互动设计组 影视组
② 微网站	网站架构；网站内容；网站视觉设计；网站编写；网站制作等	
③ 搜索传播	搜索关键词筛选；关键词投放咨询；百科、知道、问答等内容编写投放等	
④ 口碑传播	口碑传播内容规划；内容撰写；口碑传播平台选择；KOL 选择；内容投放等	
⑤ 事件营销	事件创意；事件导入、爆破、扩散等内容撰写；H5、静态电影等内容设计；媒体选择等	
⑥ 互动活动	互动内容；互动方式；活动 KV；首波互动内容投放；KOL 选择；扩散媒体选择等	
⑦ 微电影/MG	微电影/MG 主题；微电影 / MG 脚本；微电影 / MG 分镜等	
⑧ 社交媒体策略	平台定位；视觉设计；内容规划；文案执行；设计执行等	
⑨ 自媒体策略	平台定位；视觉设计；内容规划；文案执行；设计执行等	
⑩ 硬广投放	媒体选择；媒体规格；媒体时段；传播文案；设计执行；视频脚本等	
3、公关传播执行		
① 产品上市发布	发布主题；发布会流程设置；发布会布置；发布会环节创意；发布会执行策略等	作业团队 品牌策略组
② 品牌发布会	发布主题；发布会流程设置；发布会布置；发布会环节创意；发布会执行策略等	

③ 品牌周年庆	周年庆主题；流程设置；现场布置；环节创意；执行策略；传播策略等	公关策略组 公关设计组 影视组
④ 危机公关	危机公关思路；危机公关阶段划分；危机公关执行思路等	
⑤ 代言人	代言人选择；代言人分析；代言人确定；代言人 TVC/KV 设计等	
⑥ 赞助/冠名	赞助/冠名对象选择；对象分析；对象确定；KV 设计等	
⑦ 公益活动	公益活动主题；公益活动执行策略；公益活动传播策略等	
⑧ 传播活动	传播活动主题；传播活动执行策略；活动传播等	
4、促销传播执行		
① 终端促销策略	促销主题；促销政策；促销物料（展架，DM，堆头等）设计；促销话术等	作业团队 品牌策略组
② 动销策略	动销区域策略；动销主题；动销物料（展架；服装；DM 等）设计；动销话术等	