

从竞争优势中取得成就的最新动态

第10版 • 2007年1月 • ISSN 1611-2539

Logiccon®



致LOGICCON-Consulting咨询公司所有朋友和客户的一封信

来自咨询及研究实践的报告：

高价值的品牌： 纪律决定成功或失败

这不是神话，也不是什么灰色的艺术，尽管事情看上去如此。某些品牌比其他品牌可以挣更多的钱。这其中的秘诀到底是什么？

加强品牌的秘诀之一取决于公司运作过程中的纪律；然而很多不遵守纪律的现象比比皆是：

- 通过打折和促销活动来增加营业额
- 品牌形象和店铺外观不协调
- 在销售过程中不能被杜绝的灰色渠道
- 销售人员缺乏产品、品牌以及目标客户群方面的知识
- 对待潜在客户过分热情地促销产品，使他们因此有紧张的感觉
- 通过不适当的分类，自己将自己的品牌吃掉
- 仿冒品毁掉品牌
- 与客户接触的职位的员工（电话热线），不够资格，例如：客户服务
- 流动性减弱，导致储蓄受损

现在的销售经理们已经碰到过了在遵守纪律方面的难题：一个著名的美国汽车制造商的销售经理在事先毫不知情的情况下被解雇：因为他尽管未通知公司领导，但还是给他的客户打了一定的折扣。

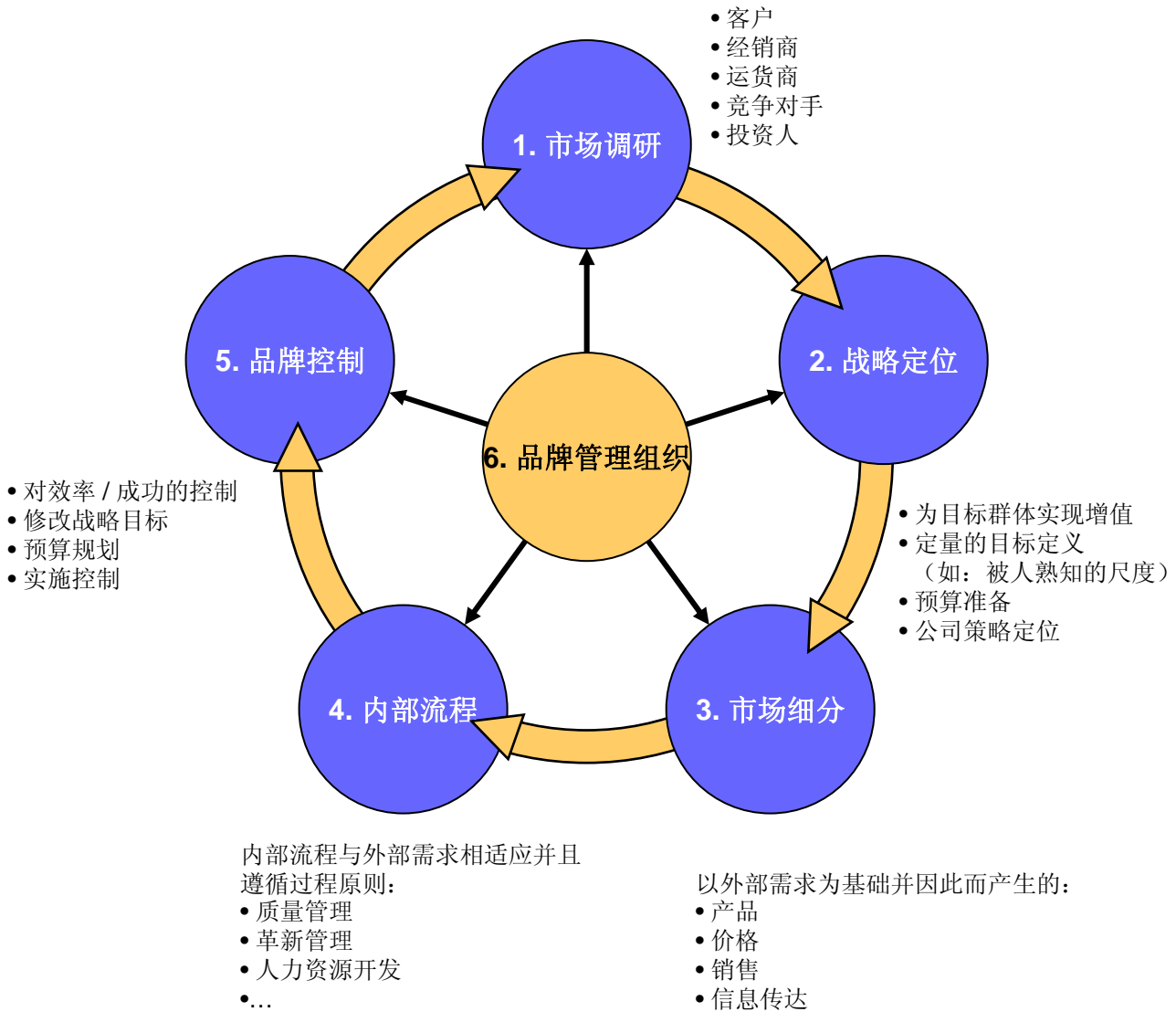
高价值的品牌这一概念不仅仅包括消费品，而且还包括工业用品，技术以及企业管理和法律方面的服务。越来越多的以品牌来决定产品组合的公司，都意识到了经营的重要性，因为一种很显然的趋势是：市场碎片持续剧烈地偏向成本导向的没有名气的和边缘导向的附加范围。

在“销售应该迎合市场”的口号指引下，品牌管理的主要工作是：品牌细分以及与此同时建立吸引人的品牌标识。很重要的一点是：所承诺的品牌可以达到的成就一定要达到，因为只有这样，该品牌才可以得到客户的长期信任。这一基本原则可以通过质量管理，革新管理，人力资源管理互相结合得以实现。



新闻 新闻 新闻 新闻 新闻 新闻 新闻

品牌管理的要素



建立好的声誉很难，然而毁灭它却很容易。
对于品牌是这样，对于整个公司也是如此。



LOGICON 组织管理和技术咨询公司

Am Priesterberg 11 • 13465 Berlin

电话: ++49 (0) 30 / 437316-23 或 437316-24 传真: ++49 (0) 30 / 437316-25

电子邮件: info@logicon-europe.com

www.logicon.de

版权所有 LOGICON-Consulting; 公开发表或出版前要经过 Logicon 的书面许可!