2020 年 11 月 8 日 星期日
责编：袁红兵 美编：梅文刚
企業家日報 ENTREPRENEURS' DAILY

赋予品牌独特的形象和价值

■ 任金鸿

“苹果”,这样的命名算好名字么?

我们坚持认为,通用名,尤其是形容词构成的通用名要慎用。但是有这样一种命名思路,看起来也是通用名,却成就了诸多案例。

按照我们的说法, “苹果”这样的名字不仅可以应用在电脑、手机、随身听等电子产品上,同样可以用在电视、冰箱、洗衣机等家电品类中,还可以应用于水杯、家具、服装、钥匙链等几乎所有的品类中。

除了苹果,小米手机、锤子手机、土豆视频、橘子酒店、芒果电视台、骆驼户外等都是在用既有的符号为品牌命名,一个与品类毫无关联的符号,为什么可以成就出识别度和记忆度非常之高的品牌呢?

我们发现,恰恰是毫无关联,可以最大程度地降低消费者看到名字后第一时间萌生的“胡思乱想”,在认知上不会有额外的联想。这样的名字一旦确立与品类的关联,粘度就会非常之高。

按照这样的思路,世间万物可以用来命名的符号就太多了。是不是当无从命名时,从万事万物中摘出来一个既有的符号为品牌命名就大事告成了?尽管理论上投错,但仍需要注意几点。

一、既有符号一定要有正向的联想和意义。

苹果首先是大众喜欢的水果,土豆也是餐桌上无人避讨的食品。相比之下,榴莲、苦瓜就具有一定的负面认知。(并不是说榴莲和苦瓜就一定不适合所有品牌的命名。)其次,在既有语境中有歧义或贬义的符号尽量不要使用,比如白菜,语境中的“白菜价”就无助于品牌的建立。

二、如果符号在某种程度上与产品的精神属性关联,就更好了。

骆驼作为户外产品(品类)的名称就非常形象,但如果用来做商务服饰就偏离关联了。桔子酒店暗示给消费者的色彩也是暖中透着温馨,同时,如果在桔子酒店之前,市场上率先出现桔子家纺、桔子灯具、桔子小电器,也都属于不错的命名。

当然,你最好要避免不同品类的相同命名,尤其是当某个符号已经完全等同于一个强大的品牌时,比如苹果,在其风靡世界的前提下,即使可以注册为水杯、剪笔等品牌,哪怕听起来也是不错的名字,也最好不要借势攀高。

三、跨界命名,实现意象转移往往具有出其不意的效果。

实际上,纵观此类命名,几乎都在跨界,小米不是某粮油品牌名,苹果也不是某水果店的品牌名,锤子也非某工具品牌名。这样的跨界在消费者认知中统空(自行)建立起一个有规律的反射弧,反射弧一旦形成,将十分牢固。

还有一种命名方式,是将原有的品类名,应用于你的品牌名。JEEP 原本属于吉普车,但是当它成为一个服装的品牌时,看起来非常舒服。绿茶本来是有根深蒂固传统的中国茶品类,作为一个餐厅的名字不仅毫无违和感,相反识别度非常之高。

这里需要注意的是,选择的品类一定不能是大品类,比如一个“汽车”牌男装,就比较空洞;一个“茶叶”牌餐厅,就过于泛泛。当然,消费者也很难想象“水果电脑”会是一个什么东西。

在为某木门品牌进行策略指导时,我建议其开创聚焦互联网渠道的第二品牌(定位为有跟定制木门),并为其品牌命名为:神笔马良。这个来自童话世界的人物(以及人物背后耳熟能详的故事)看起来和木门没有关联的命名,但是神笔马良一旦与木门关联起来,就会形成一个牢不可破的钩子。“神笔马良,生活可以描绘成真”(推广语)就会顺理成章进驻到消费者认知当中。

这里需要指出的是,很多品牌在符号式命名时都进行了改良,以符号为核心词,缀有修饰词,比如蒙牛、奇瑞、小红马(物流品牌)、追风马(电动车),类似的命名可以有更具体的指向性,赋予品牌更独特的形象和价值。当然,注册起来也更容易一些。

B2B 行业需要打品牌吗

■ 张宁倩

说起品牌,我们都可以想到非常多,然而说起 B2B 的品牌,却是隔行如隔山,广为人知的寥寥无几。因此现在许多新兴 B 端企业都会有一个这样的问题:我需要做品牌吗?

事实上,做不做品牌不是目的,能够让品牌帮助企业实现增长才是根本。这样想来,这个问题便迎刃而解,答案就是要做,但不能白做,而要讲究方法。

洞察用户行为、把握用户心理永远是做品牌的最好出发点。与面向 C 端的企业不同,B2B 企业面对的不是个人消费者,而是企业和单位。他们往往有两个特点:一是“屁股决定脑袋”。身在其位,做决定时理性必须占据上风;二是主动搜索。他们往往会抱着“对工作负责”的心态尽可能多地挖掘品牌信息。这两个特点大大降低了 B2B 企业做品牌的难度。因为第一,内容难度小,只要足够全面和有条理即可,无需强求创意和趣味;第二,宣传成本低,被动拦截远比主动推送的花费小许多。

所以总结来说,B2B 行业做品牌的第一步就是做好阵地建设,即打造一个内容丰富的官网。

第二步,就是让人更容易搜到,率先心理占位。

看到这里,懂营销的人可能会说,这只是最基本的营销,并非品牌营销。没错,这确实是基础,然而品牌的打造正是在这个基础之上。

首先,官网制作。一个基础的官网需要有全面的企业信息和产品介绍,而一个品牌官网要具备的远远不止这些。例如我们常见的一些大品牌几乎不会在首页放置具体产品,而是诉说企业精神、标榜企业荣誉等,这背后的逻辑在于:基础官网是为产品背书,品牌官网则为信任背书;基础官网待获得认知,品牌官网则期待塑造差异。

同时我们也需要注意的是,虽然 B2B 企业与对企业对话,理性输出很关键,但具体对接者依然是一个活生生的“人”,所以品牌官网还要注意在表达清晰和塑造信任的基础上,尽可能有血有肉。比如用视频宣传片代替枯燥的文字介绍,用生动的 IP 形象代替冷冰冰的产品 logo,用更买方化的角度介绍产品优势,而不是自说自话……这些措施都可以有效地降低采购方的学习成本,让品牌在这个拼效率的快节奏时代脱颖而出。

第二,搜索拦截。这件事情看似被动,实则完全可以通过许多方式转守为攻。结合上文讲述的官网而言,一个好的官网只有被看到才是真的有意义,否则就会沦为沉没成本,食之无味,弃之可惜。然而引流并不容易,大多数企业都会通过推广的方式提升曝光度,而更聪明的企业,尤其是注重品牌塑造的企业也把引流分析得更为透彻。

首先,建设官网时便可以赋予它一种内在动力,那就是将官网话语当地媒体化。比如 GE 会在网站中分享一些前沿科技,解答一些行业问题,许多行业内的人士或许只是想知道答案,却不知不觉进去了官网,这样一次引流便完成了。同时还需注意到,这些内容会让人不自觉地为这家企业打上行业领先的标签,迅速树立企业权威性。这样看来不仅引流目的达到了,品牌宣传的目的也有效完成了。

其次,同样是推广,大多数品牌只注重“推”却不懂得“收”,简单地将曝光与品牌建设画上等号,这样未免太过于简单粗暴。其实,人群的搜索行为远比我们想象的更复杂,在这个信息爆炸的时代,曝光度不一定等于知名度,知名度不一定等于信任度。人们常说营销必须“品效合一”,然而多数企业在尝到效果的短暂甜头之后便失去了建设品牌的耐心。大家都注重广告投放后获得的咨询量,却很少有人关注咨询之后人群是否能真正对品牌建立信任,是否能真正转化。“一个人吃四个包子会饱,但他不能只吃第四个。”因此,B2B 企业想要获得长效增长,就必须将“推”与“收”结合,打造真正的营销闭环,否则最直接的影响或许就是广告暂停,则增长暂停。

相对存在年限来说,B2B 行业历史悠久,然而在线上营销,尤其是品牌营销方面,B2B 行业才刚刚起步,未来的增长之路会往哪个方向走,我们拭目以待。

品牌类型一般有几类

■ 美御

品牌类型一般有几类? 品牌类型可以分为制造商的品牌,分销商的或自有品牌以及混合品牌三种类型,下面就来为大家一一介绍品牌的三种分类。

第一,制造商品牌——制造商拥有和(或)以制造商名称注册为商标的品牌称为制造商品牌。

第二,分销商或私有品牌——分销商拥有和(或)以分销商名称注册的品牌称为分销商或私有品牌。这是私人的,因此称为制造商或由它无法识别产品。制造商只需制造产品并根据分销商的规格对其品牌进行标记。

第三,混合品牌——公司可能会在产品上选择自己的品牌和分销商的品牌。他可能会以自己的品牌出售某些产品,而其他产品可能会以自己的品牌出售给经销商。

制造商和分销商的品牌类型可以根据个人和地区进行进一步划分。

品牌商可能会为每个产品带有一个单独的品牌名称,例如,Hindustan Lever 的 Surf 清洁剂和 Lux 香皂或 Bangalore 的点状洗涤剂粉或喀尼。产品也可能带有制造商的品牌名称,例如 Tata 的卡车,Modi 的 Continental 卡车轮胎或 Mafetlal 的 Cotton Fabrics。品牌名称可能覆盖所有产品(单品牌),或者不同产品可能有单独的品牌名称(多品牌)。

有时品牌分类时可能会给产品带上公司名称,再加上产品自己的通用名称,例如高露洁棕榄公司,高露洁牙膏或面霜。

产品的地理覆盖范围仍然是品牌类型分类的另一种方法。当一个品牌在全国范围内只能识别一种产品时,该品牌被称为民族品牌。但是,当产品在全国不同地区被不同品牌标志时,这些品牌称为地区品牌。

关于解除保险代理关系的公示

中国太平洋人寿保险股份有限公司湖南分公司下属机构湖南四平所有中介公司及机构以及代理人、经纪人、理赔人等人员,自2020年11月8日起,因公司业务调整,我司已通过保险公司官网公告及邮寄函件等方式,正式终止与以下机构及个人的代理、经纪、理赔业务关系,特此公示。

中国太平洋人寿保险股份有限公司
湖南分公司
2020 年 11 月 8 日

姓名	执业证编号
李志福	0200024300800000201703002921
肖都芳	0200024300800000201703003622
曾赛	0200024300800000201703003591
王会兰	0200024300800000201703003279
产益	0200024300800000201703003559
袁辉	0200024300800000201703002671
杨小艳	0200024300800000201703002680
刘小强	0200024300800000201703002669
谢春英	0200024300800000201703002331
刘丽宇	0200024300800000201706004304
罗敏	0200024300800000201706008062
周月	0200024300800000201706003906
杨月月	0200024300800000201803000081
谭英	0200024300800000201803004426
马俊	0200024300800000201803004848
韦田	0200024300800000201803004241
万晓丽	0200024300800000201706002903
石磊	0200024300800000201706003453
石磊	0200024300800000201706003453
胥江雨	0200024300800000201803001239
陈清	0200024300800000201803000266
刘俊宇	0200024300800000201706003348
汪作梁	0200024300800000201703003246
王梅花	0200024300800000201706003035
钟晓辉	0200024300800000201706002479
王国	0200024300800000201706002948
刘小娟	0200024300800000201706003883
杨丽娟	0200024300800000201706003883
王国	0200024300800000201706002997
刘晓军	0200024300800000201706000993
唐小强	0200024300800000201703001898
夏旋	0200024300800000201703001174
王国	0200024300800000201706000879
杨小强	0200024300800000201703001447
张祥凌	0200024300800000201703003391
汪静	0200024300800000201703003045
杨丽	0200024300800000201706004410
罗小娟	0200024300800000201706003043
刘小娟	0200024300800000201706003043
吴月月	0200024300800000201706004601
黄雪林	0200024300800000201706002077
陈雨虹	0200024300800000201706004415
梁虹	0200024300800000201706001477
刘小莉	0200024300800000201706002358
李晓宇	0200024300800000201706001429
李晓宇	0200024300800000201706002660
朱丽	0200024300800000201706003029
陈丽萍	0200024300800000201706001236
刘小娟	0200024300800000201706003569
杨丽	0200024300800000201706003569
张祥凌	0200024300800000201706003030
吴月月	0200024300800000201706001324
杨春	0200024300800000201706002108
王国	0200024300800000201706001041
张玉荣	0200024300800000201706004257
罗小娟	0200024300800000201706000651
王国	0200024300800000201706002204
刘小娟	0200024300800000201706000660
杨丽	0200024300800000201706004022
刘小娟	0200024300800000201706002560
杨丽	0200024300800000201706003030
刘小娟	0200024300800000201706002500
杨丽	0200024300800000201706003030
李小强	0200024300800000201706001321
汪作梁	0200024300800000201706002469
杨春	0200024300800000201706003663
张玉荣	0200024300800000201706003088
刘小娟	0200024300800000201706004299
杨丽	0200024300800000201706003662
夏芳	0200024300800000201706002662
杨小强	0200024300800000201706001462
刘小娟	0200024300800000201706002463
杨丽	0200024300800000201706002463
王国	0200024300800000201706002969
杨丽	0200024300800000201706003123
刘小娟	0200024300800000201706002969
杨丽	0200024300800000201706002631
王国	0200024300800000201706002631
杨丽	0200024300800000201706001025
刘小娟	0200024300800000201706002862
杨丽	0200024300800000201706001316
王国	0200024300800000201706000418
杨丽	0200024300800000201706000032
张玉	0200024300800000201706003545
张玉	0200024300800000201707002964
刘小娟	0200024300800000201706002253
杨丽	0200024300800000201706003173
刘小娟	0200024300800000201706001142
刘小娟	0200024300800000201706003955
杨丽	0200024300800000201706001121
杨丽	0200024300800000201706001121
王金凤	0200024300800000201706002792
杨丽	0200024300800000201706003663
李文娟	0200024300800000201706002663
王国	0200024300800000201706002663
杨丽	0200024300800000201706003663
刘小娟	0200024300800000201706001164
杨丽	0200024300800000201706001164
刘小娟	0200024300800000201706001404
杨丽	0200024300800000201706003662
刘小娟	0200024300800000201706003582
杨丽	0200024300800000201706003582
王国	0200024300800000201706001172
杨丽	0200024300800000201706002987
刘小娟	0200024300800000201706002868
杨丽	0200024300800000201706002868
刘小娟	0200024300800000201706002639
杨丽	0200024300800000201706002639
刘小娟	0200024300800000201706001975
杨丽	0200024300800000201706001975
刘小娟	0200024300800000201706002257
杨丽	0200024300800000201706002257
刘小娟	0200024300800000201706000474
杨丽	0200024300800000201706000850
刘小娟	0200024300800000201706000474
杨丽	0200024300800000201706002470
刘小娟	0200024300800000201706000042
杨丽	0200024300800000201706000042
刘小娟	0200024300800000201706000697
杨丽	0200024300800000201706000697
刘小娟	0200024300800000201706000850
杨丽	0200024300800000201706000850
刘小娟	0200024300800000201706000474
杨丽	0200024300800000201706000850
刘小娟	0200024300800000201706000850