

商业企业品牌评价与企业文化建设指南(释义·二)

品牌管理		学习形成积极向上的风貌。		心理感知是一种印象,指公众从心理上接受了企业或品牌。		企业应制定诚信行为准则,设立包括合同完结率、承诺完成率等相关的量化目标,并对员工的日常言行、办事风格等提出该方面的要求。		促进顾客对企业文化氛围的融合,树立顾客信心。	
对企业品牌进行有效管理,包括品牌管理的组织与执行、品牌状态的监视、品牌策略的调整,以及品牌保护等内容。		企业应通过内外培训、分发书籍资料、建立图书室等形式给员工创造不断学习的机会。		企业的品牌和文化赢得了认可和赞誉,公众愿意优先选择其产品和服务。		对员工的诚信要求,主要通过教育、培训、激励、监察和约束等方式得以落实。		组织开展顾客活动,联络顾客感情,培养顾客忠诚度。	
建立品牌管理制度,并以企业文件形式体现。		商品质量		对品牌的认知、认同到赞誉,是一个良性渐进过程。认知不一定是认同(有可能是负面的认知)。		采取相关措施落实诚信发展。该工作应有相关的部门组织进行,通过多种方式实施。		5.4.3 主要从顾客感知方面对企业文化进行评价,对企业文化向外延伸方面提出了要求。包括:	
5.1.2.1 和 5.1.2.2 对企业建立品牌管理的系统性文件提出了明确要求。品牌管理制度文件应包括的内容如下:		商品质量是品牌最显著的评价指标。		本条指标的进度是认可(接受)和赞誉(表示称赞)。赞誉是在认可之上的程度。		采取诚信承诺管理、诚信评价管理等措施,提升企业的诚信水平。		(1)企业开展旨在联络感情、培养顾客忠诚的相关活动。	
(1)品牌管理的组织与执行描述。这要求企业应设有专人或专门的机构负责有关品牌管理的事务,包括组织架构、规划制定、制度设计、资源调配、监督执行等内容。		(1)商品的安全性和质量标准应符合国家相关规定。		品牌忠诚度		提升企业诚信水平可有以下方面的措施:		(2)顾客活动中有对企业文化的传播和体验相关内容。	
(2)品牌状态的监视制度。注意与“监督执行”的区别,监督执行是从组织管理上进行的,保障有效执行的方法。品牌状态监视指对品牌状态的变化设立监控制度,采取预警机制,下一流程即为品牌保护。		(2)商品的外观和包装应美观。		重复购买的频率与数量反映了顾客的忠诚度。		(1)内部的诚信管理评价制度,如每年进行一次。		(3)顾客有效感知并体验了企业文化所传达的信息。	
(3)品牌策略的调整制度。企业品牌是受内外部各种因素影响的,这些因素的不断变化要求品牌策略也需要适时、适度地进行调整。应考虑到产品、市场、行业、服务、社会、经济、科技、政治等方面因素,并针对相应要素展开措施。措施可以是宣传上的、质量上的、外观上的、价格上的、社会影响上的等。		(3)商品的外观和包装符合一定的实用性(如便于携带、防水防漏、便于运输等)。		顾客向其他消费者推荐该品牌和企业。		(2)通过外部的第三方的诚信评价获得良好结果。		(4)顾客通过对企业文化信息的体验对企业产品或服务树立了信心。	
(4)企业品牌的保护制度。主要针对外部负面影响和不利因素形成的制度。		注:(2)和(3)应根据商品性质不同进行评价。		顾客主动地关心与该品牌相关的信息,访问品牌网站并积极参与相关活动。		5.3.5 的指标主要内容是企业诚信建设方面的工作,在评价时,还应注意企业或员工违反诚信的行为。		业界交流	
品牌形象是建立在社会公众对其的认知和认同的基础上的,企业应主动维护企业品牌的品质和声誉,遇及负面事件或不利影响时,能采取正确的措施解决问题。对品牌状态的监控和预警是发现问题的先决条件,下一流程就是进行损害修复。		企业具有创新能力,所供商品性能优良,在同行业中技术领先。		以上3项指标均为顾客忠诚的重要表现,是评价的核心内容。		企业文化		邀请国内外知名学者、专家开展品牌与企业文化建设的讲座。	
(5)根据实际情况。品牌管理制度可随时修订。		本条款主要评价的是企业在本行业的技术领先性,包括以下内容:		社会责任		注:本条下的具体条款用于企业品牌评价中的企业文化评价部分。对于企业文化建设指南的内容,见附录A。		参加行业论坛或展会等,对先进的企业文化经验进行学习和研究。	
(6)品牌管理制度由企业内外部执行与外界监督影响构成。		(1)企业有创新能力,在商品的研发和创造上有特定优势,包括对外观款式、类型、功能等的发明创新。		从财务、产品与服务、管理结构等方面为社会创造利润、实现经济价值。		精神信念		业界交流是企业文化另一种传播方式。	
保障机制		(2)商品的性能优良,与同行相比存在如维修率更低、使用时间更长、故障更少等情况。		本指标包括以下内容:		应塑造积极创新、公平竞争、承担社会责任的企业精神和正确的价值观念。		交流可以是对外传播优势或向外学习先进文化。	
设有专门负责品牌管理的职能部门,岗位设置明确,人员结构合理、数量充足。		(3)科技领先。		履行法律法规规定的各项义务和责任,注重以人为本,合法雇佣员工,合理安排工作时间,尊重员工及其权益。		塑造是指从战略层面来进行相关的计划,主要通过5.4.2的宣传推广来实施该工作。		具体方式可以包括:访问交流、专家讲座、专业论坛、行业展会等。	
提供必要的财力支持,保障品牌管理和经营活动的有效实施。		服务质量		承担持续发展责任,主要体现在质量、节能、低碳、环保和创新等方面。		注:在评价时还应关注企业或员工是否有违反公平竞争的行为。		5.4.4.3 指有专门部门对企业文化进行研究。	
提供必要的物质资源和良好的生产办公环境,以及开展各类活动所必需的基础设施。		制定系统有序的服务规范化要求。		本指标包括以下内容:		宣传推广		企业具有一定的行业影响力。	
以上章节是对品牌建设需要的资源配置进行评价,包括人员、财力、设施等。		本条款评价的是企业服务制度和规范的完善性。		通过建筑、仪式等多种方式向员工传达企业的价值观,阐释品牌和文化的内涵与意义,培养员工对企业文化的认同感、归属感。		通过发行报纸刊物、开通内部广播、建立网络平台等各种方式,宣传和推广企业文化。		以下因素可用于判断其行业影响力高低:	
品质		可参照GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》的相关内容建立服务规范化系统。		本条是评价企业文化宣传的途径,报纸刊物、内部广播、网络平台等均指在企业内部进行的宣传和推广。		通过建筑、仪式等多种方式向员工传达企业的价值观,阐释品牌和文化的内涵与意义。		企业规模在行业内的排名;	
企业品质		企业标识的设计应能体现其经营宗旨和理念,符合品牌、产品、服务等方面的形象要求,并具有显著性,容易被识别。		本条有以下方面内容:		通过建筑、仪式等多种方式向员工传达企业的价值观,阐释品牌和文化的内涵与意义。		产品的市场份额;	
本节主要是从感知上,对企业具有的风貌、行为、榜样进行评价。这种感知是积极向上的正面印象。		企业标识包括企业本身的标识,及其所属商业品牌的标识。		(1)企业在提高行业产品或服务质量、创新方面的工作(包括技术研究、行业标准制定、高于国家法律法规的要求等)。		通过建筑等阐述品牌和文化的内涵意义。		价格变动对市场的影响;	
企业领导者具有企业家风范,建立企业文化,保障企业产品和服务质量。		本条款有以下方面内容:		(2)在产品和服务上为节能环保、降低碳排放所做的工作。		(3)员工认同企业文化和相关的宣传活动,并有归属感。		业内标准或规章的参与度;	
企业领导者指企业的第一控制人,如董事长、总经理等。		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		(3)参与相关标准研究和制定。		对社会公众进行必要的文化传播,使公众了解其文化和品牌形象,树立良好的社会形象。		技术应用在业内的领先程度;	
本条有以下含义:		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		履行法律法规规定的各项义务和责任,注重以人为本,合法雇佣员工,合理安排工作时间,尊重员工及其权益。		本条有以下方面内容:		管理变革在业内的影响程度;	
(1)企业家风范指企业领导者在企业中起到了激励企业精神的作用,它可以包括以下方面:		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		开展社会责任活动,包括消费者权益保护、相关利益方权益维护、自然环境保护、促进社区发展和公益事业等。		(1)通过建筑、仪式等进行内部企业文化传达。		受政府、行业的支持情况等。	
a)企业领导者有一定的人格魅力、个人能力,它是一种通过外部感知的印象;		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		本指标主要指在劳动雇佣关系方面履行法律法规要求,包括以下内容:		(2)通过建筑等阐述品牌和文化的内涵意义。		5.5.1 评价企业在行业中的影响。	
b)企业领导者创造了优秀的业绩;		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(1)有以人为本的员工关怀政策。		(3)员工认同企业文化和相关的宣传活动,并有归属感。		对于企业规模,可根据行业统计数据判断;	
c)企业领导者的能力、个人品质等获得了其他方的认同,并获得相关殊荣。		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(2)雇佣员工遵守《劳动法》等法律法规。		对社会公众进行必要的文化传播,使公众了解其文化和品牌形象,树立良好的社会形象。		对于产品价格变动与其他企业产品价格变动的相关性进行判断;	
(2)企业领导者应是企业文化建设的第一负责人。		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		本指标主要指在社会责任方面开展的活动,包括以下内容:		本条主要指对外的企业文化传播活动,如宣传片、音乐、音像、广告、公开发行的书籍等。		对于制定业内标准或规章的活动,可通过企业参与这些活动的程度或比例来判断其业内影响力;	
(3)在对企业文化的内部传播中应包括对产品和服务质量要求的信息。该传播可能包括在生产车间、办公区域、内部刊物等方面。		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(1)对消费者权益的保护活动(如打假、帮助消费者维权等)。		开展和参与内部及外部的评价表彰活动,激发员工的工作积极性和责任心,奖励符合企业价值观的行为。		对于技术水平,可根据企业专利情况进行分析和判断;	
例如:a)企业领导者撰写的关于抓好质量建设的文章。		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(2)对投资人的权益维护(如资金信息公开、业绩披露等)。		本条有以下方面内容:		对于管理变革的影响,可根据其带来的舆论规模和舆论倾向等情况进行判断;	
b)在显著位置的标语“产品和服务质量是企业的第一生命线”。		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		(3)为保护自然环境方面所做的工作。		(1)通过建筑、仪式等进行内部企业文化传达。		企业如果有来自政府或行业的政策、项目或资金等方面的支持,也反映了其在行业中的地位。	
c)用优质、服务创造新价值。		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(4)为企业所在社区的发展所做的活动(如为社区建设基础设施等)。		(2)通过建筑等阐述品牌和文化的内涵意义。		以下因素可用于判断其社会影响力高低:	
d)把企业文化、品牌建设摆在头等位置。		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(5)其他公益事业和贡献。		开展和参与内部及外部的评价表彰活动,激发员工的工作积极性和责任心,奖励符合企业价值观的行为。		a)品牌形象被接受的程度;	
培养员工的学习意识,通过不断		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		本指标主要指在社会责任方面开展的活动,包括以下内容:		本条主要指对外的企业文化传播活动,如宣传片、音乐、音像、广告、公开发行的书籍等。		b)产品覆盖区域增长速度;	
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(1)对消费者权益的保护活动(如打假、帮助消费者维权等)。		开展和参与内部及外部的评价表彰活动,激发员工的工作积极性和责任心,奖励符合企业价值观的行为。		c)品牌形象国际化程度;	
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(2)对投资人的权益维护(如资金信息公开、业绩披露等)。		本条有以下方面内容:		d)品牌具有记载历史文化、激发进取精神、传递亲情和家庭伦理、传播道德情操和审美趣味、传播良好社会风气,带给公众正确价值观念等功能;	
		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		(3)为保护自然环境方面所做的工作。		(1)通过建筑、仪式等进行内部企业文化传达。		e)在保护环境、支持公益等方面发挥的榜样作用。	
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(4)为企业所在社区的发展所做的活动(如为社区建设基础设施等)。		通过建筑、仪式等多种方式向员工传达企业的价值观,阐释品牌和文化的内涵与意义。		5.5.2 评价企业对社会的影响。	
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(5)其他公益事业和贡献。		开展和参与内部及外部的评价表彰活动,激发员工的工作积极性和责任心,奖励符合企业价值观的行为。		对于企业品牌的接受程度,可以通过抽样的方式分析消费者的态度,也可以通过销售数据进行判断;	
		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		本指标主要指在劳动雇佣关系方面履行法律法规要求,包括以下内容:		本条有以下方面内容:		对于产品覆盖面,可以从行业的有关市场统计数据中获得,并进行分析判断;	
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(1)有以人为本的员工关怀政策。		(1)通过建筑、仪式等进行内部企业文化传达。		对于企业品牌形象的国际化程度,可以从企业的国外市场占有率进行判断;	
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(2)雇佣员工遵守《劳动法》等法律法规。		(2)通过建筑等阐述品牌和文化的内涵意义。		对于品牌的内在文化价值,可以从社会公众的舆论和口碑中进行判断;	
		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		(3)工作时间应合理(在8小时之外的工作应提供加班补偿、补休、夜班费等)。		开展和参与内部及外部的评价表彰活动,激发员工的工作积极性和责任心,奖励符合企业价值观的行为。		对于保护环境,可以根据企业所属行业环保达标状况和持续改进、创新来判断;	
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(4)员工的福利权益及其他维权要求应得到保障。		本条有以下方面内容:		对企业的社会责任方面,可以从其参加公益性活动的情况加以分析判断。	
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		开展社会责任活动,包括消费者权益保护、相关利益方权益维护、自然环境保护、促进社区发展和公益事业等。		(1)通过建筑、仪式等进行内部企业文化传达。			
		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		本指标主要指在劳动雇佣关系方面履行法律法规要求,包括以下内容:		(2)通过建筑等阐述品牌和文化的内涵意义。			
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(1)有以人为本的员工关怀政策。		通过建筑、仪式等多种方式向员工传达企业的价值观,阐释品牌和文化的内涵与意义。			
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(2)雇佣员工遵守《劳动法》等法律法规。		开展和参与内部及外部的评价表彰活动,激发员工的工作积极性和责任心,奖励符合企业价值观的行为。			
		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		(3)工作时间应合理(在8小时之外的工作应提供加班补偿、补休、夜班费等)。		本条有以下方面内容:			
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(4)员工的福利权益及其他维权要求应得到保障。		(1)通过建筑、仪式等进行内部企业文化传达。			
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		开展社会责任活动,包括消费者权益保护、相关利益方权益维护、自然环境保护、促进社区发展和公益事业等。		(2)通过建筑等阐述品牌和文化的内涵意义。			
		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		本指标主要指在劳动雇佣关系方面履行法律法规要求,包括以下内容:		(3)员工认同企业文化和相关的宣传活动,并有归属感。			
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(1)有以人为本的员工关怀政策。		通过建筑、仪式等多种方式向员工传达企业的价值观,阐释品牌和文化的内涵与意义。			
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(2)雇佣员工遵守《劳动法》等法律法规。		开展和参与内部及外部的评价表彰活动,激发员工的工作积极性和责任心,奖励符合企业价值观的行为。			
		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		(3)工作时间应合理(在8小时之外的工作应提供加班补偿、补休、夜班费等)。		本条有以下方面内容:			
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(4)员工的福利权益及其他维权要求应得到保障。		(1)通过建筑、仪式等进行内部企业文化传达。			
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		开展社会责任活动,包括消费者权益保护、相关利益方权益维护、自然环境保护、促进社区发展和公益事业等。		(2)通过建筑等阐述品牌和文化的内涵意义。			
		(1)品牌标识中含有企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。		本指标主要指在劳动雇佣关系方面履行法律法规要求,包括以下内容:		(3)员工认同企业文化和相关的宣传活动,并有归属感。			
		(2)品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性。例如:一家母线制造企业,标识图形和其产品外观相似。		(1)有以人为本的员工关怀政策。		通过建筑、仪式等多种方式向员工传达企业的价值观,阐释品牌和文化的内涵与意义。			
		(3)品牌标识显著且容易识别(辨识度高,如有独特性,颜色和寓意令人印象深刻)。		(2)雇佣员工遵守《劳动法》等法律法规。					