



# 多寶潔：決心創建強勢品牌





# 目錄

- 一、公司背景
- 二、品牌推動力
- 三、品牌競爭
- 四、品牌盤查
- 五、品牌創建及推廣
- 六、差異點與平等點
- 七、銷售情況
- 八、挑戰及應對
- 九、未來一年的發展方向



# 公司背景

瑞彩國際公司總部設在香港。產品的銷售地點遍佈於港九18區。

現今暫無專門銷售店鋪，是通過藥房、洗衣店、婚紗店、家庭用品公司等渠道商進行銷售。





# 公司背景

「多寶潔」品牌旗下有三種清潔產品：



## 萬用去污膏 (Stain Remover)

由美國科研公司獨立研發的清潔產品  
榮獲「歐洲共同體BID授於國際金星質量獎及「美國華盛頓中國專利技術博覽會金獎」。



## 萬用抹布 (Towel)

超微細纖維，吸水力特強，質地柔軟、耐用，可減少抹手紙的使用。



## 洗衣球 (Laundry Ball)

採用高分子活性固體顆粒，環保配方，不含磷、硼等有害化學成分，減少環境污染，不會破壞自然生態。



# 公司背景

## 顧客組成與目標市場



雖未做銷售分析，但管理層已意識到各類顧客組成比例對制定銷售策略的重要性，將儘快落實調查。



# 品牌盤查

## 品牌戰略

採用內地生產製造、渠道商推廣銷售，僅配合以少量廣告推廣

沒有深入而系統地研究哪一些顧客群體最願意推介品牌，他們對「多寶潔」的口碑……等

## 品牌願景

成為具有廣泛認可度的優質、安全、快捷的清潔產品領導者

## 品牌定位 (Brand Positioning)

「清潔快而乾淨」的中檔清潔產品



# 品牌盤查

## 營銷4P:

### 產品 (product)

- 產品使用方便快捷，清潔效果理想，
- 化學成份的安全性和環保性仍待檢驗

### 價格 (price)

- 屬於價格領導者 (Price Leader)，在市場競爭中，必須使消費者認知高價格所帶來的優質性與安全性

### 地點 (place)

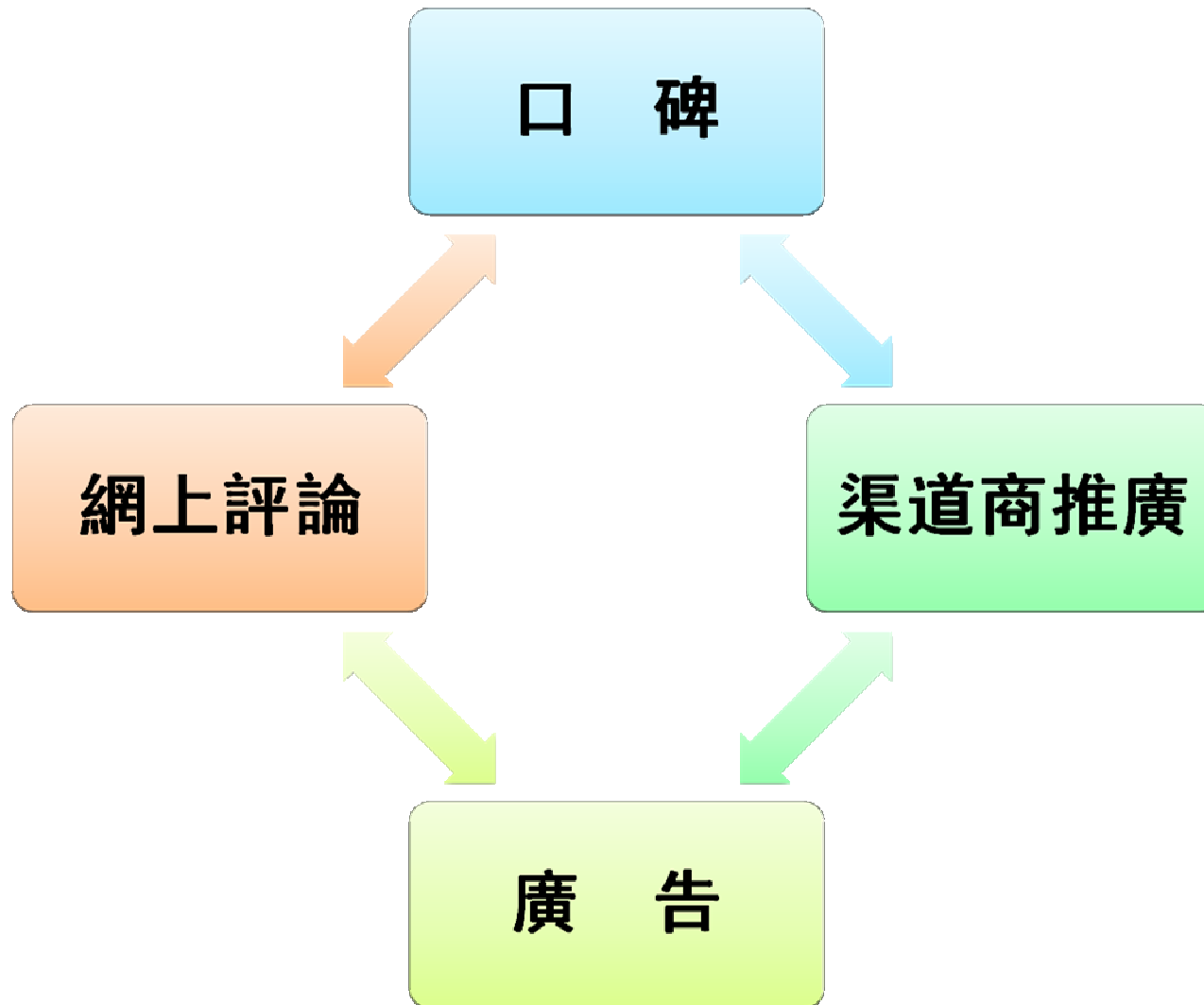
- 沒有獨立的經營門市，靠渠道商推廣與銷售

### 促銷 (promotion)

- 採用少量的報紙、電臺、工展會展位和渠道商推廣等促銷方式



# 品牌推動力







# 品牌推動力

發表於 08-10-30 23:43 | 只看該作者

8#

係漿糊筆型嘅stain remover, 有朋友比我用過少少, 用嚟清潔衣物上的污積, 好有效, 好想買, 有無媽咪見到有? please help

發表於 08-10-31 14:08 | 只看該作者

9#

旺角花園街經常見到有流動攤位的推廣員賣呢隻turbo cleaner架, 我都係呢度買左, 去污清very good



發表於 08-11-7 10:34 | 只看該作者

12#


用得架, 我個女出街食飯經常彈到餅汁或湯汁係件衫度, 晚上回家至用turbo cleaner, 就算係淺色衫清潔效果都好好呀






## 品牌推動力

有救！有救！唔使甘誇張換過張，我既都係布藝梳化，可拆出來洗的，

但我懶，覺得拆出來工程大，阿囡又成日倒奶落去，真係幾煩   
有種清潔劑好正，好似唇膏狀擰出來的，size好似保鮮紙甘，長度只有  
保鮮紙的一半長，叫"多寶潔"花園街附近有，\$50~\$60，長期都係個個位賣的。

用"多寶潔"干搽上污漬，待幾分鐘用軟毛擦濕水輕擦便可除去   
我經常用來干擦波鞋，手袋，恤衫，非常好用，bb便便漬都好正。最梗要

冇毒唔傷皮膚  嘍！幫人賣埋廣告添。(有好多冒牌的，小心)

「多寶潔」在老客戶中有較好的口碑，但如何更清晰地與其他清潔產品品牌進行區分，使顧客更瞭解「多寶潔」的優異品質，是需要著手提升的首要方面



# 品牌創建及推廣

Harmless Green Convenient Effective

## 展會



**落實展會完成后的跟進工作??**

透過貿發局推廣之項目 (04/2010 - 05/2013)

資料來源



首次於貿發局採購指南登錄年份: 2010

最近五年內參與香港貿發局舉辦的展覽會:

- 2011 香港家庭用品展
- 2010 香港家庭用品展



# 品牌創建及推廣

*Harmless Green Convenient Effective*

## 電視廣告



雖now.com 的觀眾不過兩百萬，而且顧客中觀看now.com的不多，但仍然希望與其合作，取得拍攝短片的版權，以便於在合作結束後仍然可以在網站或其他途徑播放



# 品牌創建及推廣

*Harmless Green Convenient Effective*

蘋果日報



星島日報

SING TAO DAILY

SINCE 1959  
新報

報紙廣告



一年2-3次

東方日報

藥鋪







# 品牌創建及推廣

Harmless Green Convenient Effective



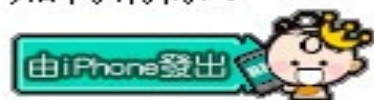
## 討論區

在皮sofa上的原子筆

帖子列表 登錄

Q10 | 2012-03-26 10:08

如何清除？



Miranda\_Ho | 2012-03-26 17:07

[i=s] 本帖最後由 Miranda\_Ho 於 12-3-26 17:07 編輯 [i] 回覆 Q10 的帖子

你可以試吓多寶潔萬用去污膏 (Turbo Cleaner),

睇過佢街頭示範, 好似好得! :funny:



# 品牌創建及推廣

*Harmless Green Convenient Effective*

發表於 08-9-25 17:03 | 只看該作者 | 倒序瀏覽 | 打印

1#

小朋友返學校上視覺藝術課時, 劃左D水筆係條裙到, 用去污液都洗唔到, 攞到條裙7彩顏色, 點算?? 有咩mami有方法 ??

發表於 08-10-21 03:12 | 只看該作者

Turbo Cleaner  
花園街及荃灣有得買

\$50 一支  
非常好用



# 品牌創建及推廣

*Harmless Green Convenient Effective*

YAHOO! 知識+  
雅虎香港

**知識問題** | **已解決** 我想問d校服有原子筆痕,可唔可以洗得用?如果可以,應該點做?

買枝萬用去污膏,能有用去汗漬,唇膏漬,咖啡漬,油漬,鼓油漬,原子筆及血清...

可洗鞋,衣物,梳化,手袋,叫turbo cleaner多寶潔萬用去污膏,我喺花園街d推銷買, \$50/枝,如將糊筆搽上污漬度.

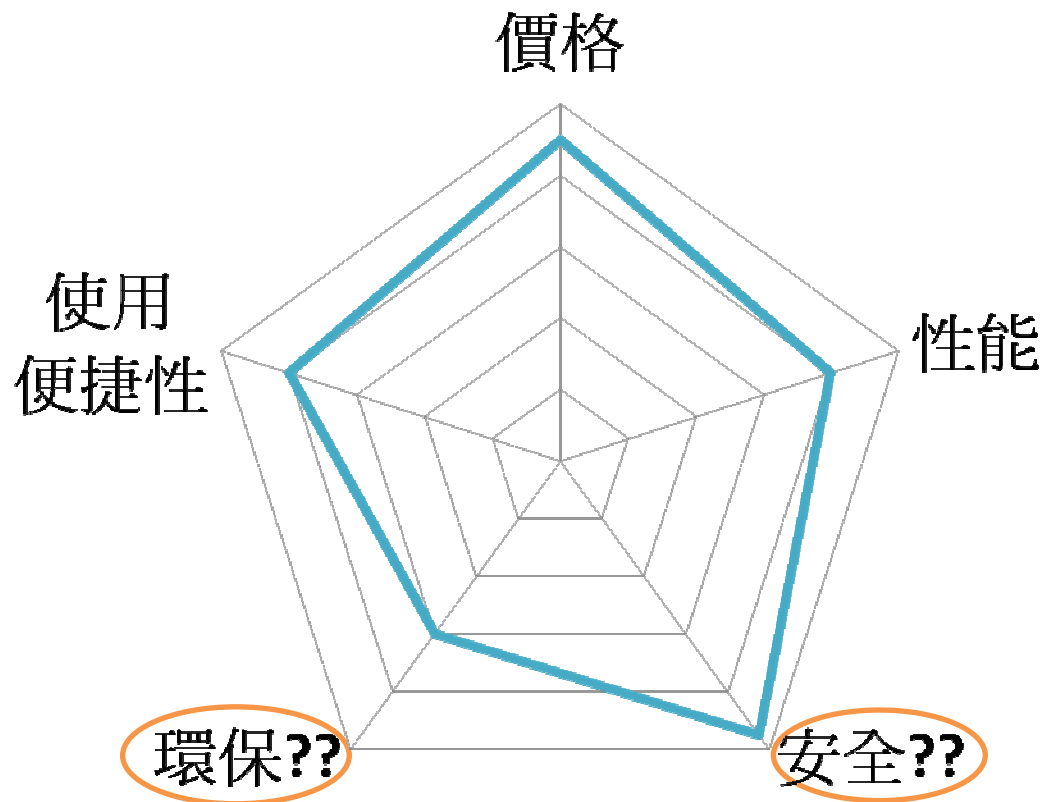
不含漂白成份,環保





# 品牌形象

## 品牌聯想



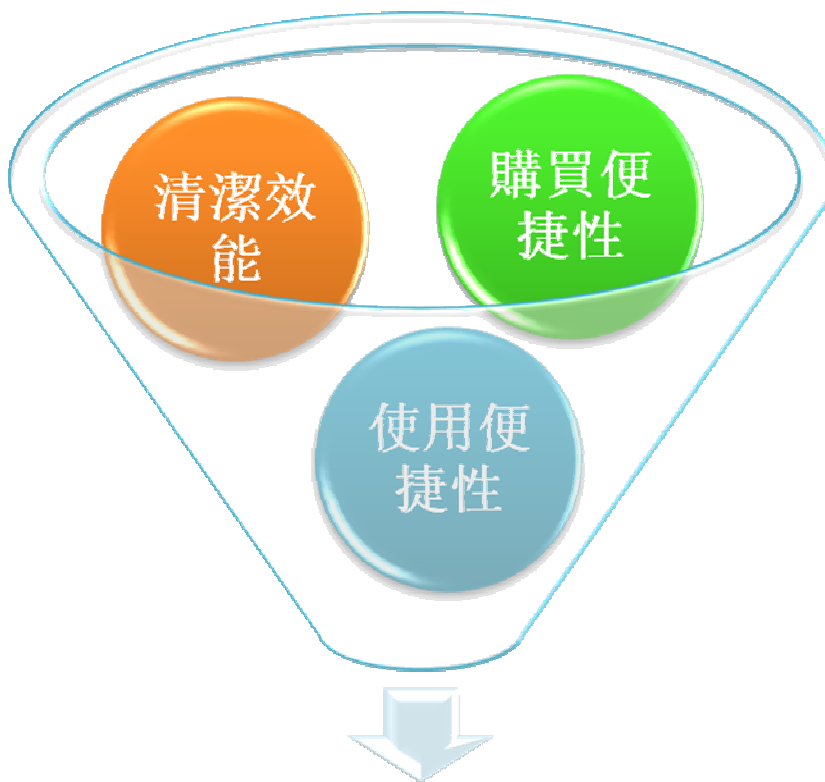
確保高安全性，在顧客群中確立「安全、環保」的品牌形象，建立鮮明的品牌身份認定（Brand Identity）是「多寶潔」制勝的關鍵所在。

近半年使用的便捷性是「多寶潔」投入較多的方面，目前，「多寶潔」仍在投入較大的人力、物力教育顧客使用方法。



# 品牌差異點與平等點

平等點



差異點

快捷 良好的品牌形象 高安全性?



# 品牌挑戰

仿  
冒  
品

價格

安全？

性能？

便捷？

環保？

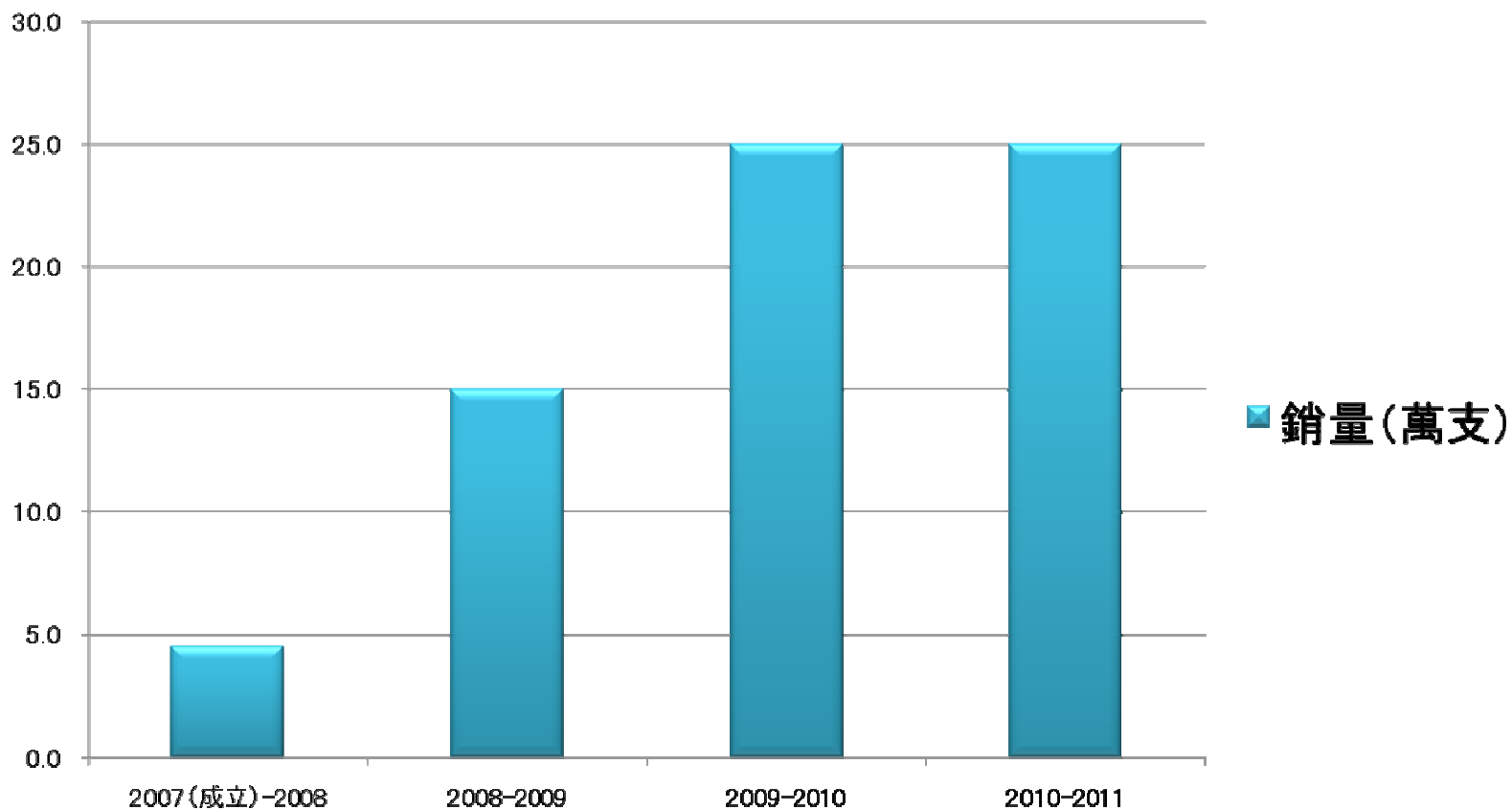


中港兩地市場上亦出現多種仿冒品，部份仿冒品的Logo設計及外包裝與「多寶潔」極為相像。「多寶潔」萬用去污膏的價格為HKD50/支，仿冒的萬用去污膏價格明顯低於「多寶潔」，以低價吸引消費者購買，嚴重影響「多寶潔」品牌的獨特性與品牌建立



# 銷售情況

## 產品銷售情況



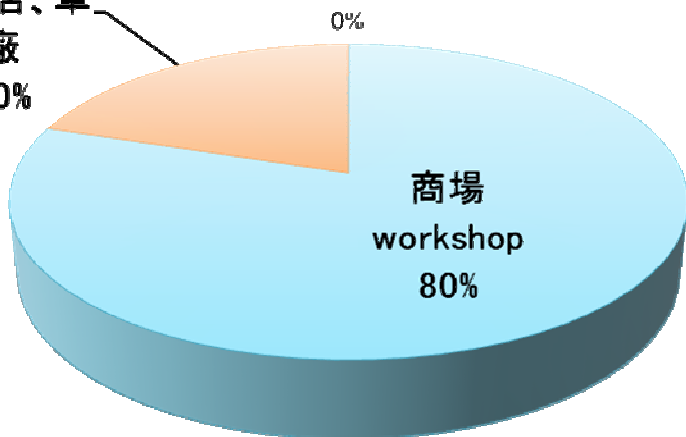
日後將進一步完善銷售數據的統計工作，以便適時調整銷售策略



# 銷售情況

## 產品銷售渠道

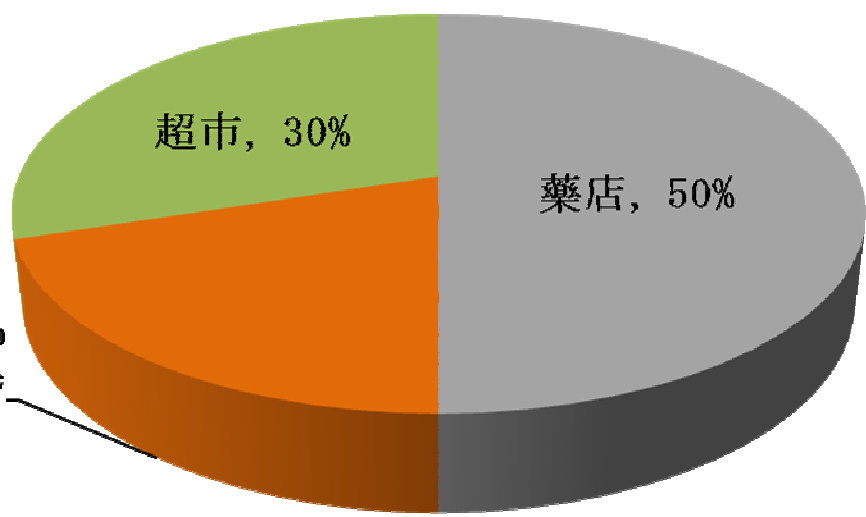
藥店、洗衣店、婚紗店、校服店、車廠  
20%



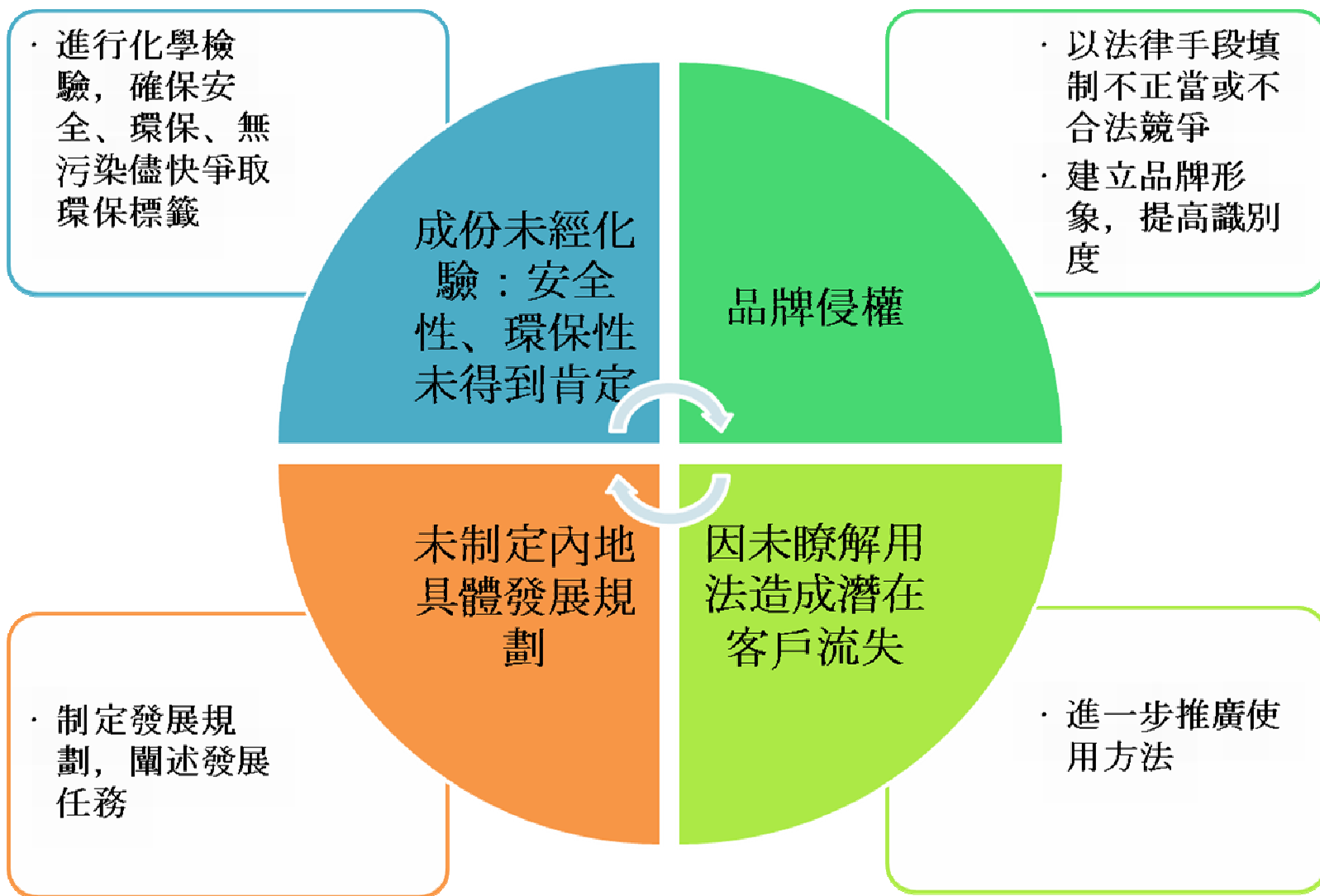
三年後



商場workshop、洗衣店、婚紗店、校服店、車廠, 20%



# 挑戰及應對





# 挑戰及應對

知識問題

已解決

請問在那裡可買到turbo cleaner萬用去污膏？

昨晚在維園工展會見到有得賣呀! 但是自己不敢買,因為以前在街頭買過兩次回去都用不到的,所以信心成疑?昨晚賣\$50一支

參考資料  
親身體驗

加大**使用方法**推廣力度, 否則清潔效能無法實現

發表於 08-10-26 14:30 | 只看該作者

點用口罩!

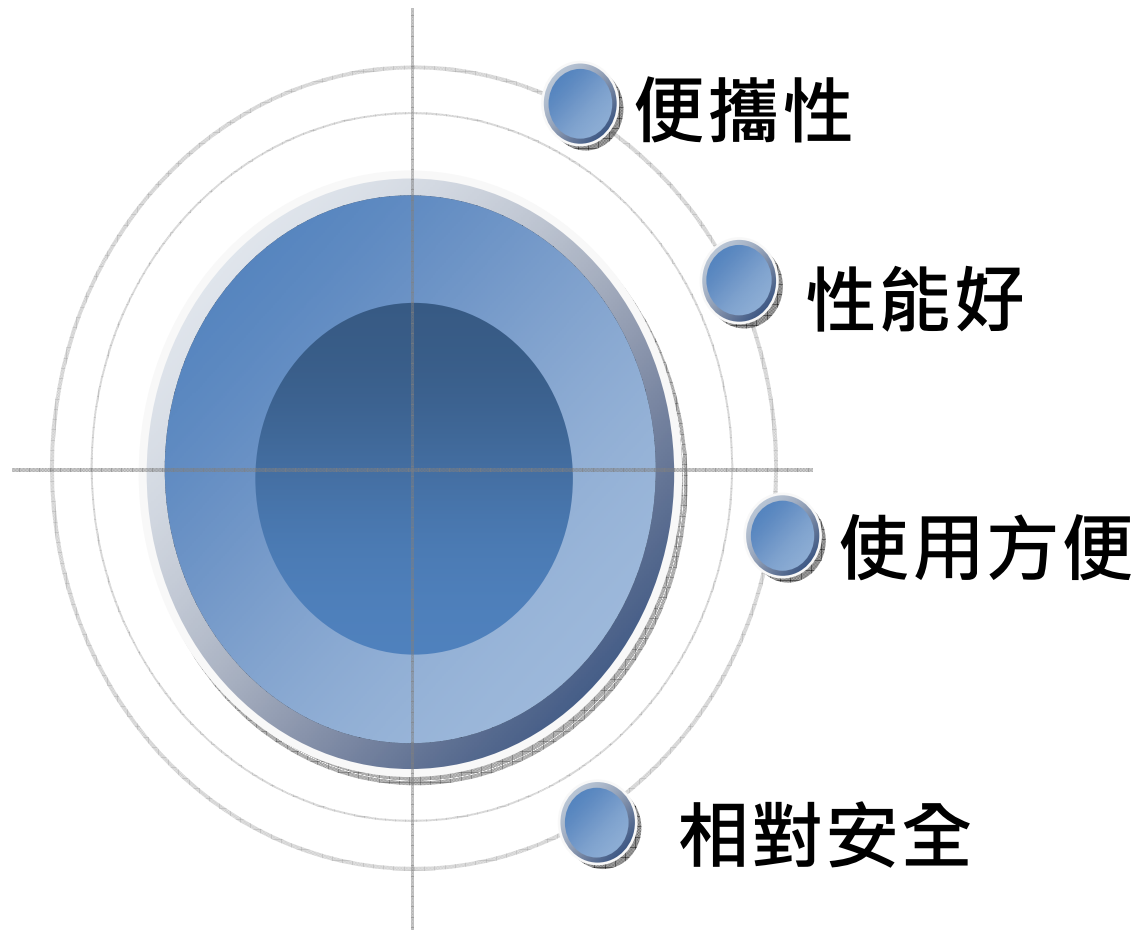


“ 原文章由 *cornelias* 於 08-10-21 03:12 發表

Turbo Cleaner  
花園街及荃灣有得買  
\$50 一支  
非常好用 ”



# 機會



**Plus emerging and growth of customer group**





# 未來一年的發展方向 ——系統性的制定品牌戰略

界定品牌承諾價值、形象特點

決定目標市場和顧客

瞭解顧客認知、感覺與期望

尋求與運動鞋、傢具等生產商和零售商共同推廣品牌

品牌接觸點和相關的品牌元素

申請BUD基金，資助品牌活動

為管道商培訓和設計評估管道商表現的KPI

提升高層管理人員的品牌規劃和管理能力

成立品牌發展小組

**Thank You**



**You Made My Day!**