

工作坊六： 品牌組織與品牌領導

提綱

- I. 品牌管理：由內而外
- II. 企業內的品牌領導者
- III. 品牌文化：員工是品牌的守護神

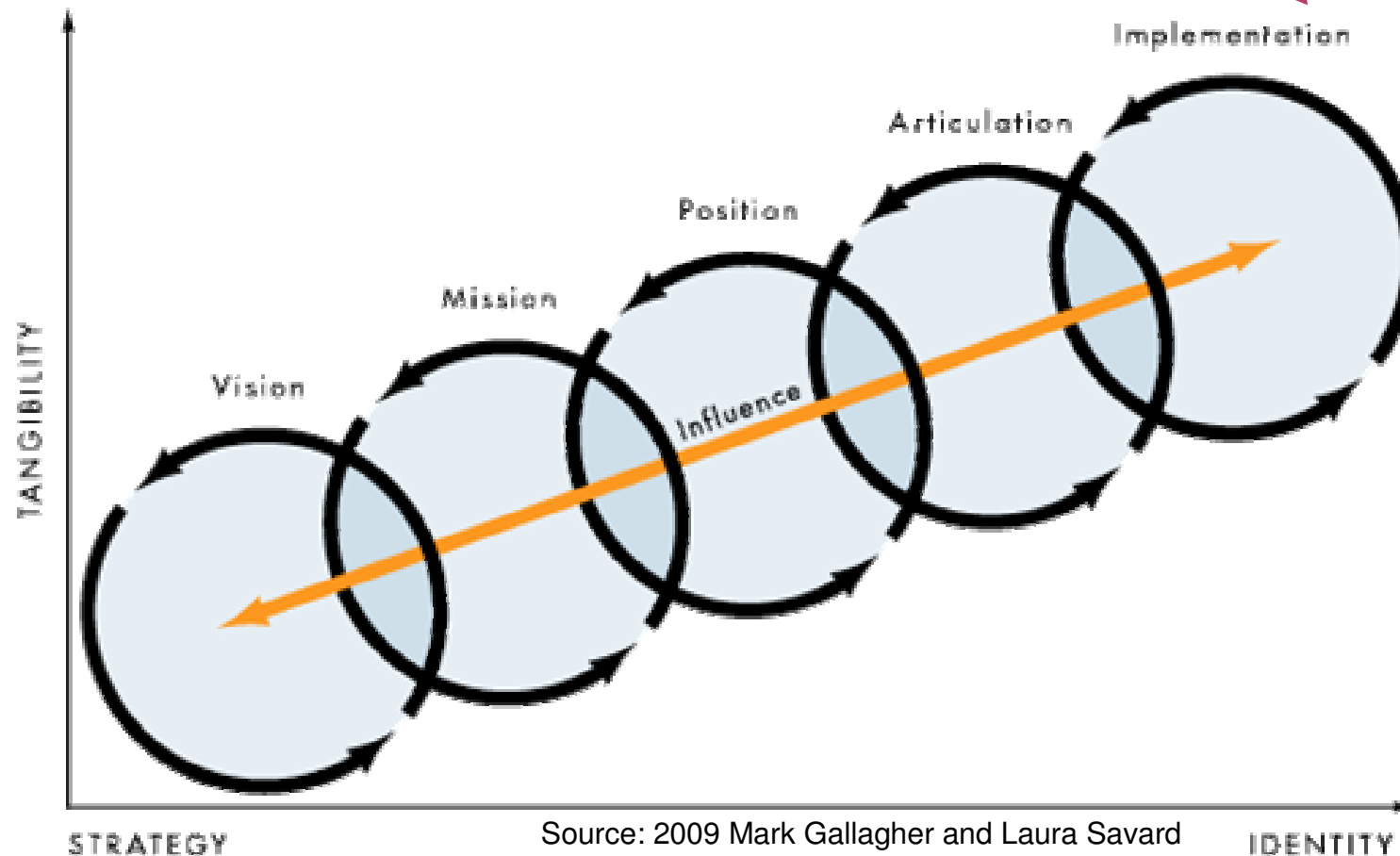
I. 品牌管理：由內而外

成功的品牌：

→ 要求由內而外

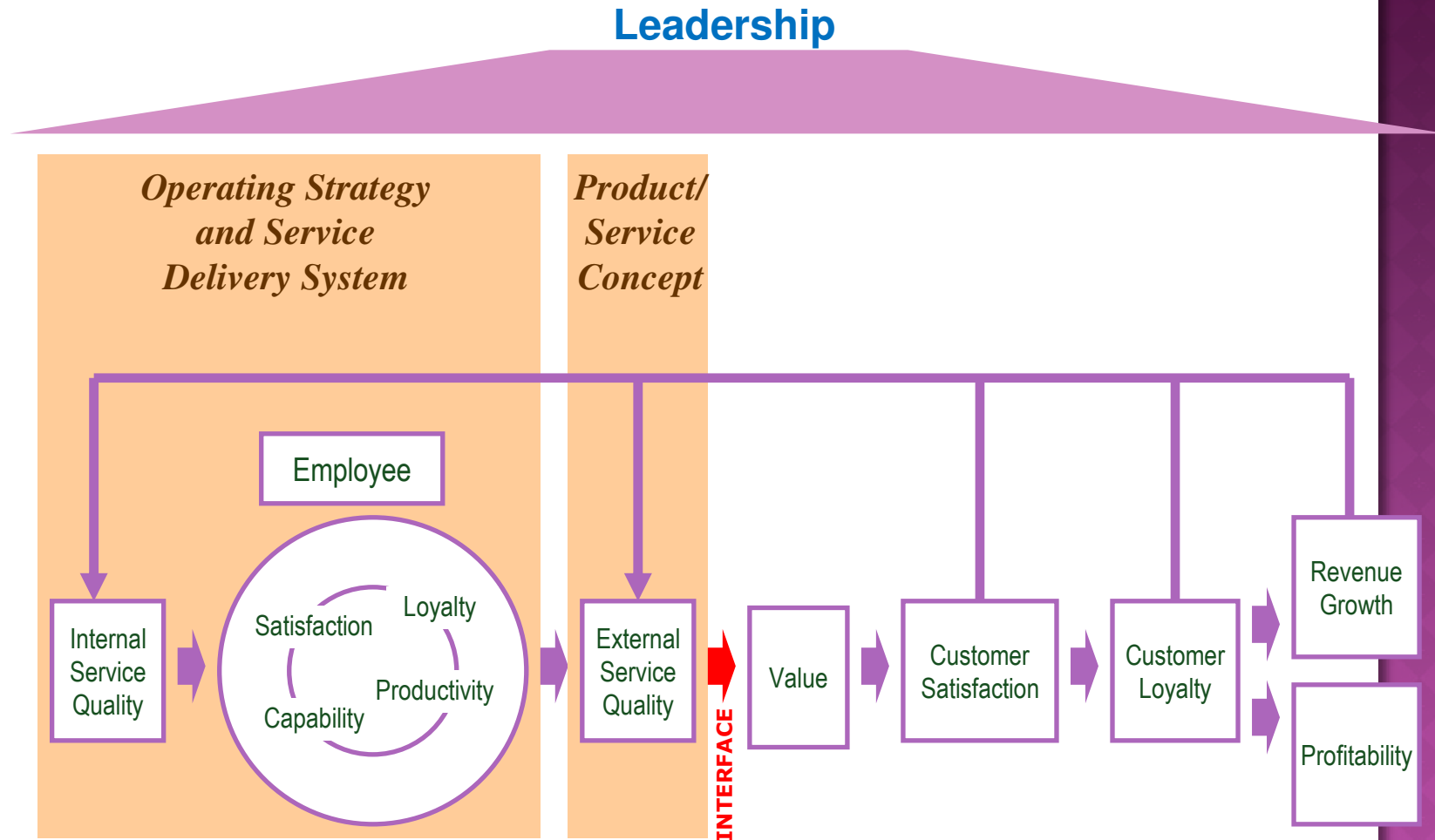
→ 要求強勢領導和組織管理

This could be the most important Brand Touchpoint!



把企業的員工，管理政策和執行過程拉在一起，朝品牌承諾的價值和品牌價值鏈最終目標的方向發展,前進

Theoretical Foundation: The Service Profit Chain



Source: Heskett, Jones, Loveman, Sasser, & Schlesinger

II. 企業內的品牌領導者

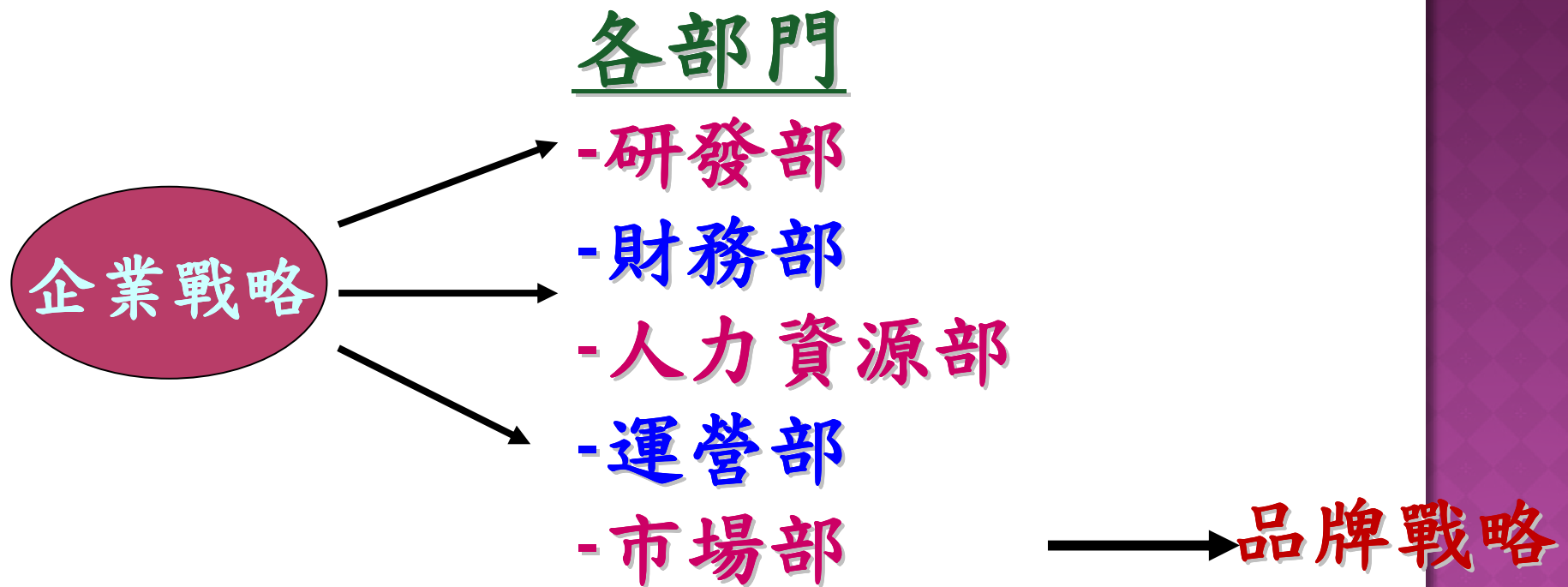
II. 企業內的品牌領導者

品牌創建及管理是全方位系統工程

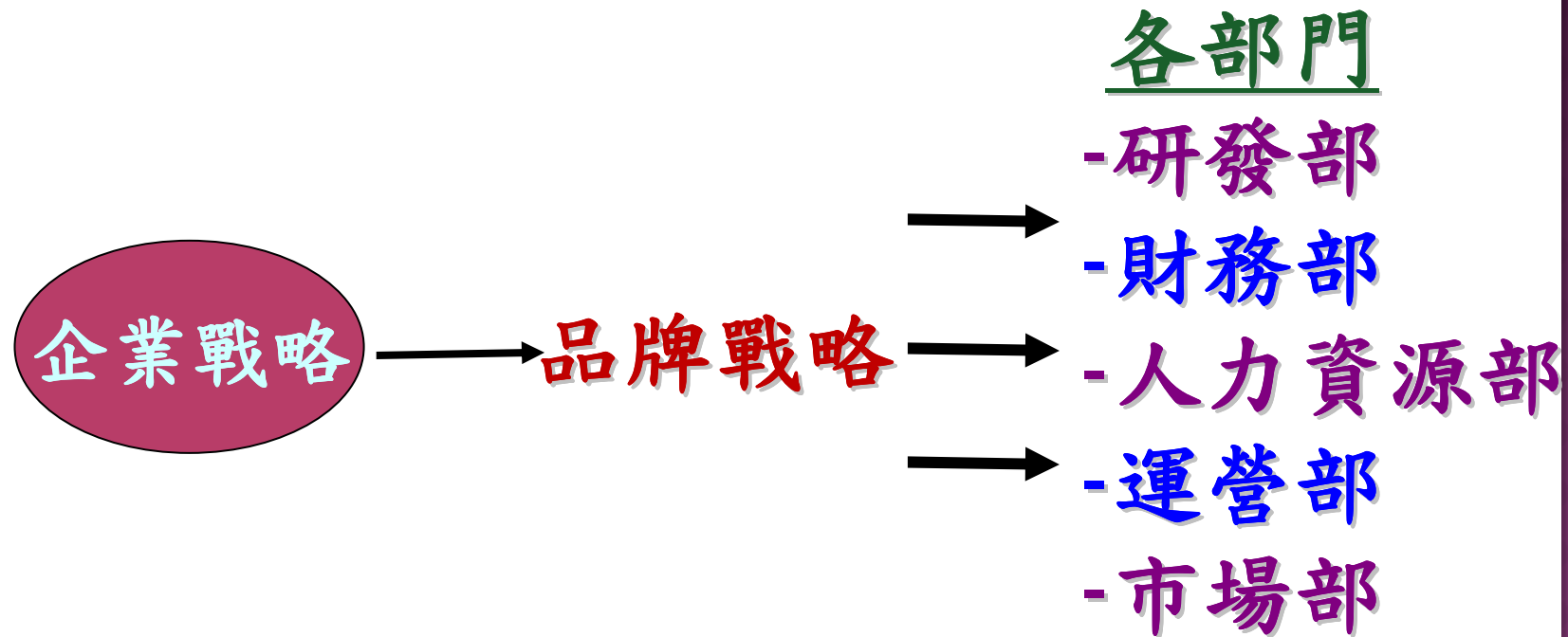
- 企業不能局限於總某一管理部門的角度考慮及分析品牌戰略和相關活動，應要從全方位的角度考慮及分析，特別是品牌價值鏈的角度尤為重要

- ◉ “I don’t understand what we do?”
- ◉ The question hung in the air. The executive director, just three months on the job, did not know what to do with it. It all seemed quite obvious to him and yet this long-time board member was not getting it even though he had been talking to her for the last hour about the organization they were both supposedly committed to.

品牌戰略：傳統思維



品牌戰略：新的戰略思維



=>To support holistic brand management!

- ◎ 創建強勢品牌需要全盤的戰略規劃、管理層及員工在思維、態度及行為上作出適當的轉變外，更要求企業在組織結構上作配合的調整和強勢的品牌領導者

品牌領導者的工作和特點：

- ◎ 必須是C級的高層領導
- ◎ 能直接與行政總裁溝通
- ◎ 能夠參與董事局的會議、解釋品牌戰略、評估品牌戰略和爭取品牌活動的支持
- ◎ 參與品牌戰略的決策過程
- ◎ 具權力協調各部門的工作和資源，支持品牌的活動
- ◎ 監控企業內品牌文化的培養過程
- ◎ 協助製訂適合、與品牌表現掛鉤的員工表現評估指標
- ◎ 定期進行和匯報品牌健康度及品牌資產的評估

III. 企業的品牌文化



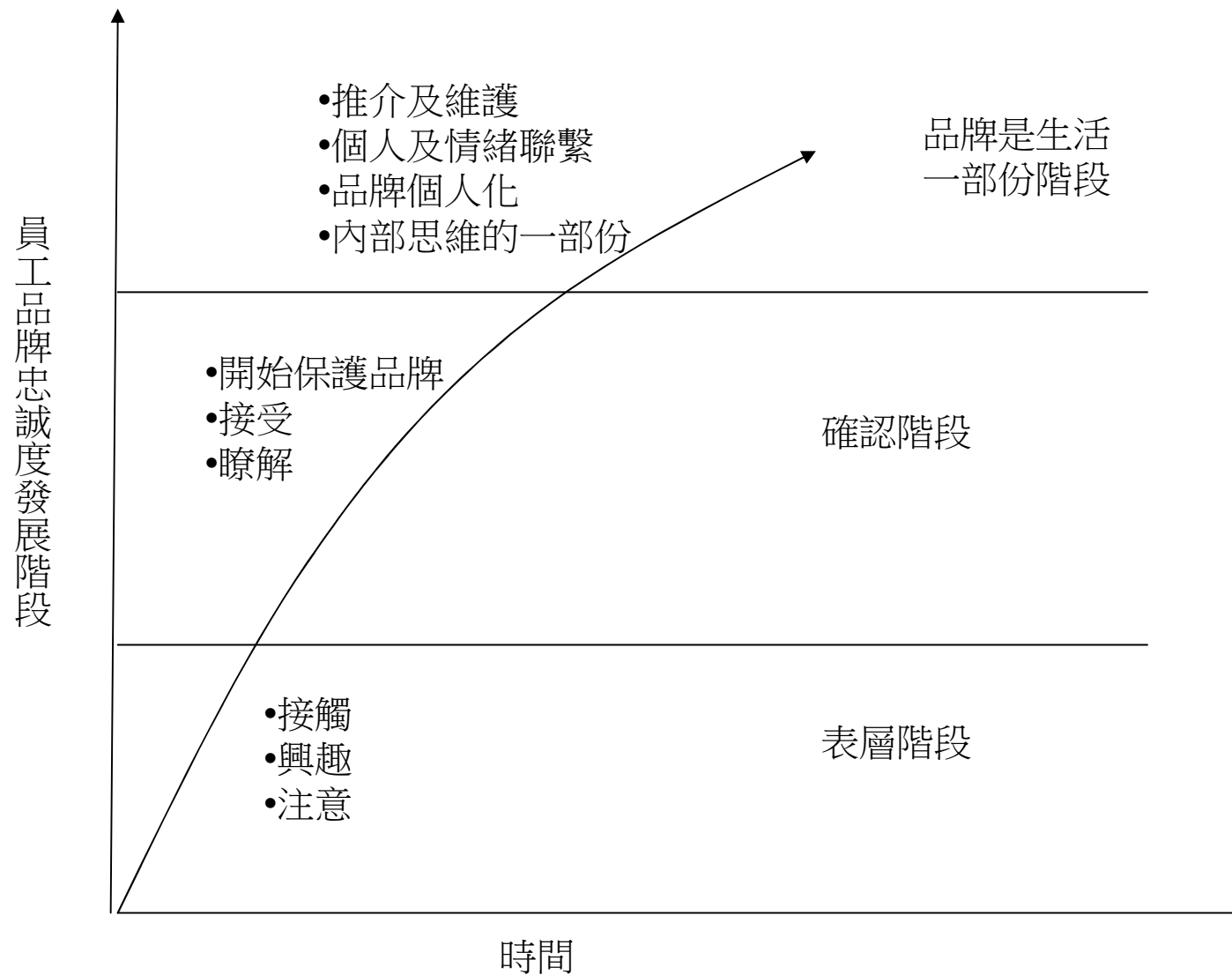
III. 企業的品牌文化

- ◎ 建立支持品牌創建的價值鏈後，必須清晰界定相關的品牌規劃、執行流程和培養與品牌核心價值相匹配的企業文化
- ◎ 品牌領導者須與品牌部門和人力資源部門共同設計，規劃有關的培養品牌知識和企業的品牌文化策略和所涵蓋的活動
- ◎ 要達致各級員工瞭解和接受品牌所代表的價值和個性
- ◎ 要達致各級員工因品牌而活(Live the Brand)

REMEMBER:

- ◎ Branding from the Inside-Out!
- ◎ Let your employee deliver brand value, speak for the brand and defend the brand

員工對品牌接受程度進程概括分三階段：



品牌領導者的

- ◎ Individual
- ◎ Unit
- ◎ Brand Management Committee

品牌管理含義：提升品牌管理能力

THE NEED OF DEVELOPING BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES

- ◎ Planning (規劃)
- ◎ Marketing Communications Management (市場溝通管理)
- ◎ Market Sensing Ability (洞悉市場的能力)
- ◎ R&D (Product, Service, Process...etc) (研發)
- ◎ Implementation/Operations (營運及執行)
- ◎ Brand Orientation (Culture) (企業文化)
- ◎ Organizing and Brand Leadership (組織和領導)
- ◎ Channel Management (管道管理)