

昇鋒國際有限公司

「Primada」的品牌創建過程

Primada®





Part 1

創建強勢品牌的原因



創建強勢品牌的原因

- 公司可持續發展
- 增加產品競爭力
- 累積客戶忠誠度
- 利於開拓新市場及新產品

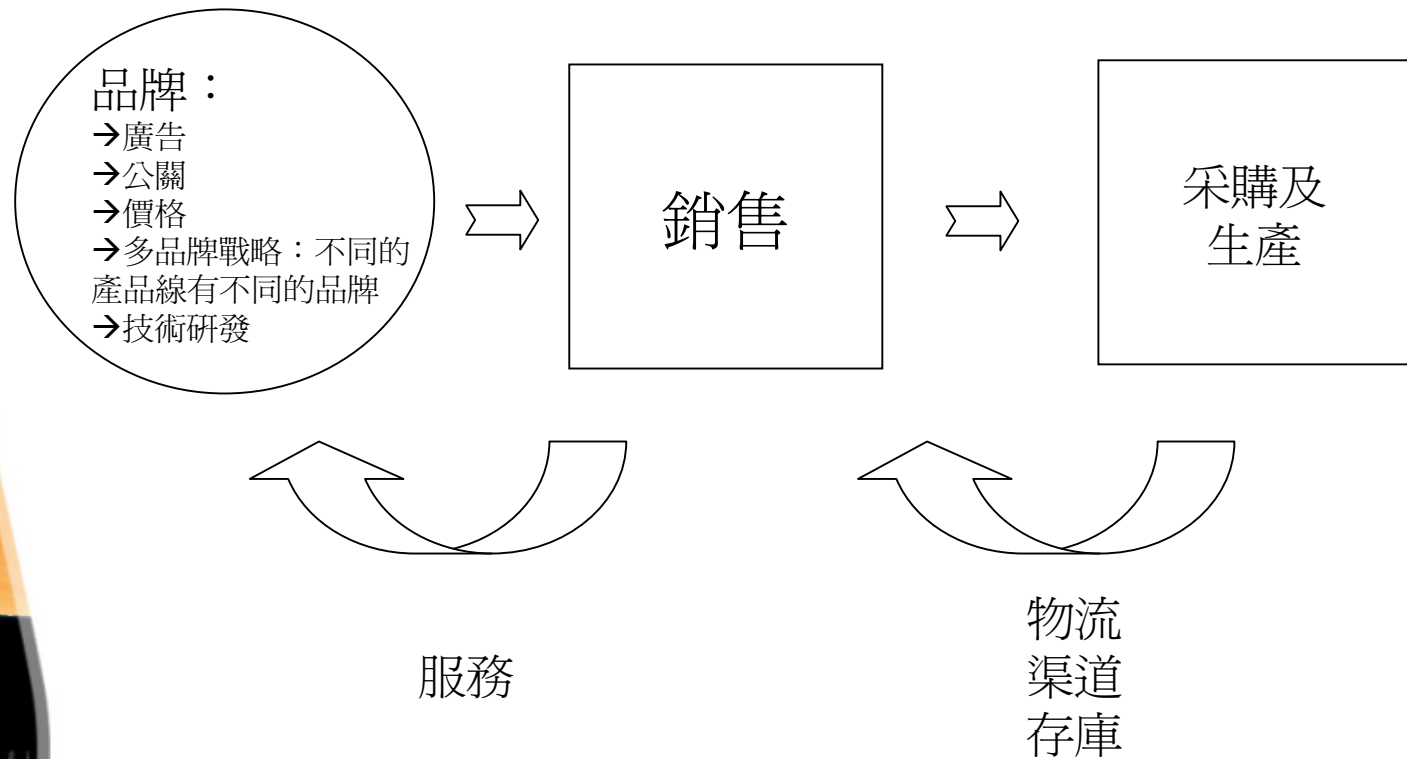


Part 2

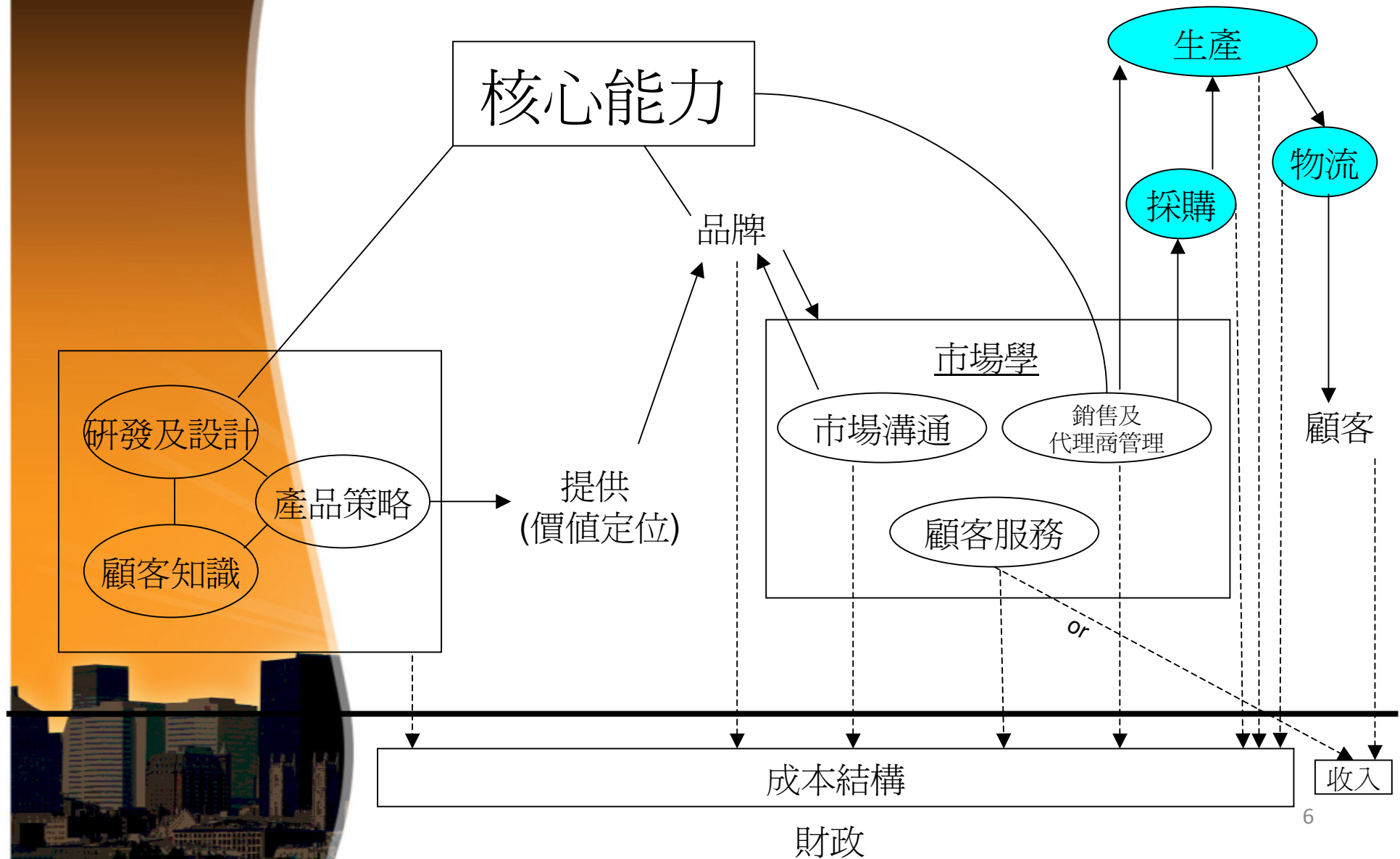
商業運作模式



昇鋒國際的商業運作模式



昇鋒國際的商業運作模式 (續)



商業模式顯示：

- 研發及創造品牌知名度是核心/核心能力
- 品牌帶動銷售和生產
- 「生產」是支援性活動，有銷售才需要生產
 - 「生產」非我們的核心競爭力/能力
- 市場營銷活動焦點在創造和提升品牌知名度和尋找銷售

形象塑造

- 形象鮮明 • 定位清晰準確
- 「真味由我創」 - 消費者由產品所獲得「美味 + 品味」，即產品的主要賣點

品牌核心價值

- PRIMADA = **Prima** + **Da**：力爭到第一
- Primada之3P：
- Progressive 進取
- Perfect 完善
- Pleasure 快樂



品牌個性

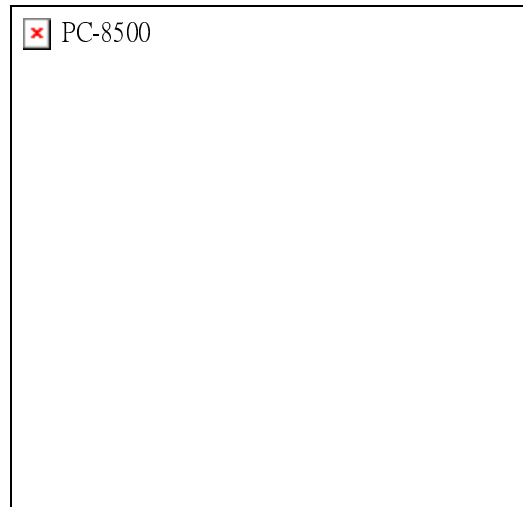
- 要建立及管理鮮明的品牌個性的架構，必須考慮的關鍵因素：

- 資源
- 能力
- 控制
- 匹配性
- 持續性



寶康達產品系列

- 2003年在香港創立，主要產品有快速智能煲、五穀養生機、吸塵機及風扇等小家電系列。

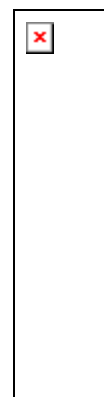


Primada®



寶康達產品系列

- 快速智能煲
- 電磁爐五穀養生機
- 吸塵機
- 電風扇



Primada®

快速智能煲

- 首個引入市場的快速智能煲品牌
- 產品定位：簡易快捷煲老火靚湯
- 具備多種烹飪功能如煲湯、煮飯、蒸、燉、焗等
- 環保節能：煮飯比普通電飯煲快15%，煲湯快40%
- 方便潔淨：煲湯無需睇火、烹調無煙無聲
- 一煲可取替電飯煲、壓力煲、真空煲

 PC-8500

寶康達致力成為同類型產品的領導先鋒





品質保證

- 生產廠大部份獲得 ISO9001 認證
- 寶康達的產品均有 GS、CE、CB 等安全認證
- 參加香港安全標誌認證計劃
- 專業人員作產品測試，包括：耐用性、實用性及品質檢定
- 產品設生產批號及記錄
- 提供 14 日有壞包換及一年免費維修服務

The logo for Primada features a stylized, bold letter 'P' in yellow with a red outline. To the right of the 'P' is the word 'Primada' in a black, italicized, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the word 'Primada'.

Primada®

Part 3

創新意念



創新意念

產品研發

- 從客戶意見上設計出一系列創新產品
- 首個引進快速智能煲並不斷升級並加以改良
- 和廠家共同投資及研發電磁爐五穀豆漿機
- 推出電池替換式無線吸塵機
- 創新推出電磁爐飯煲

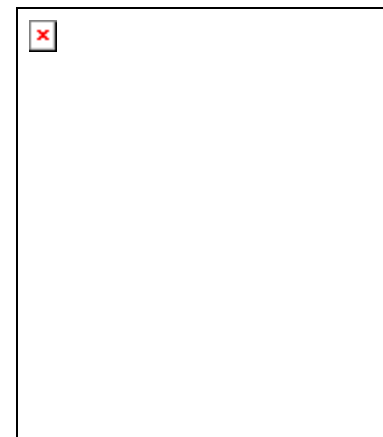


Primada®

創新意念

宣傳策略

- 因應季節，推出配合氣候的宣傳策略，如夏天推出的風扇換購，及冬天推出送暖風機的優惠，大受消費者歡迎



Primada®

廣告宣傳策略

- 2003 - 2006年：開始廣告宣傳策略，令寶康達具有一定的知名度
- 2007年：由專業廣告及公關顧問公司，制定系統化的市場推廣策略



廣告宣傳策略

- 2007年：委任知名藝人商天娥小姐作為代言人



Primada®

廣告宣傳策略

- 定位清晰，簡單易明口號及主題「真味由我創」
(所有廣告皆圍繞此主題)

真味由我創!

Primada®



廣告宣傳策略

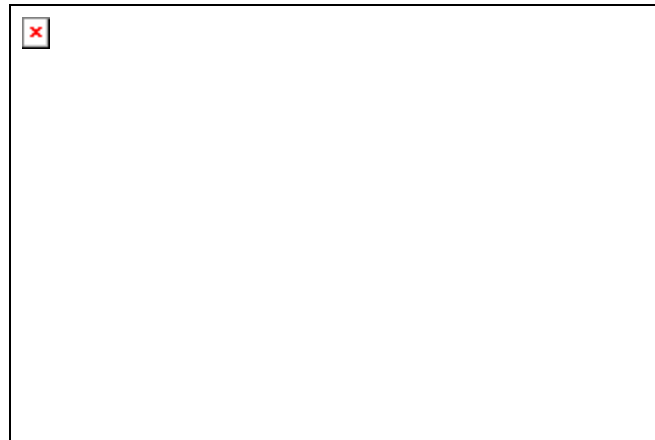
- 跨媒體及電子媒體：免費及收費電視廣告、戶外電視廣告、港鐵戶外廣告等。



Primada®

廣告宣傳策略

- 平面媒體：報紙雜誌、免費報紙等。
- 具創意廣告設計及電視廣告製作，讓消費者留下深刻印象。



Primada®

互動宣傳及公關活動

主題性宣傳活動

- 2008年母親節：
「家居之達人」
抽獎活動
- 2009年母親節：
盛夏獻禮：1元換
風扇優惠

Primada® 快速智能煲 真味由我創



*** 靚湯自己煲 在家千日好 ***

榮獲TVB 周刊 母親至愛智能煮食家電品牌

回家 • 更愛自己煲住家靚湯及烹調美味菜式

Primada® 實速特設智能烹調程式，毋須熄火，
隨化傳統煲湯烹煮程序，一小時內完成煲老火湯
或烹調多款佳餚。從此，煲湯煮靚變成生活樂趣！

- ♥ 炖湯、燉雞、煮飯、煮粥、燉湯等多種烹調功能
- ♥ 智能全自動控制完成烹調過程及自動保溫
- ♥ 煲粥、煲湯比一般電煲快40%
- ♥ 設有預置定時烹調最長9小時
- ♥ 設有自選保溫時間(0-99分鐘)
- ♥ 榮獲KSI、QS、CE及CB安全認證

Primada® 盛夏星級獻禮

由即日起至6月30日，於指定銷售點購買**Primada®**實速特設產品，
即可換取**1元電券**，換購**12吋Cool座檯電風扇**一部
(價值：\$400)*。

加1元換

1元電券

12吋Cool座檯電風扇

PC 800 (8.0L) PC 800 (8.0L) PC 1000 (10.0L) PE 1300 (13.0L)

www.pro-logic.com.hk 客戶熱線：2365 0655

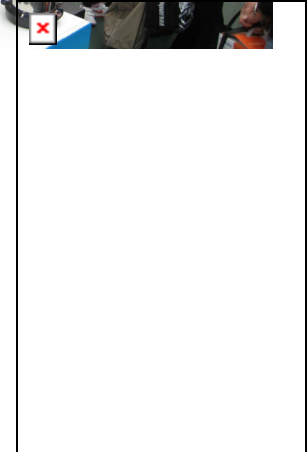
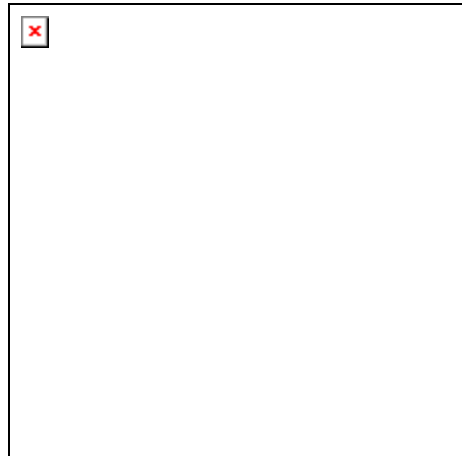
銷售點：SOGO JUSCO wing on 永樂電器 wing on SINCERE 日本城 YATA Gamma 豐源百貨

Primada®

互動宣傳及公關活動

主題性宣傳活動

- 2009年冬天: 冬日送暖大行動及商天娥小姐出席工展會活動
- 2009年更獲得TVB母親至愛智能家電獎



Primada®

銷售點

覆蓋全港的百貨及連鎖店



專門店

於新都城百貨開設首家專門店

多元化銷售網絡

- 香港煤氣公司
- 工展會攤位
- 讀者文摘
- 護士協會
- 各大信用卡公司



專門店開幕盛況

Primada®

中國內地發展

- 於2007年取得中國商標註冊
- 於2008至2009年更積極參與如CMA 及TDC舉辦的中國內地的展覽會，與各地的同行互相交流，亦使國內的消費者對寶康達有了一定認識。



Primada®

海外市場方面

- 寶康達於馬來西亞、新加坡、印尼及台灣等皆有總代理。
- 協助推廣及宣傳，而於馬來西亞更同步委任裔天娥小姐為代言人，令知名度得到較高的提升。

(馬來西亞戶外大型宣傳板)



Primada®

注重客戶服務

- 注重客戶服務體驗：在全港各大百貨公司設立示範專櫃；為員工提供良好的培訓計劃，所有店員皆能親切及專業解說及示範產品用法
- 致力和顧客建立長久的信任關係：店員兼任客戶服務專員、設立客戶熱線



Primada®

注重客戶服務

- 產品新鮮感：不斷推出新產品，接納客戶意見，新產品設計以用家為主導，更user-friendly
- 產品均附送操作說明及烹飪光碟



Primada®

管理及員工培訓

- 公司聘請人力資源顧問，定期為推廣員及客戶熱線的接線生提供專業的客戶服務及銷售技巧
- 保持良好員工士氣，定期舉辦團體戶外聯誼活動，加強員工以至部門之間的溝通聯繫
- 每周全公司的業務例會，讓各部門主管清楚了解公司的動向及運作
- 新產品推出前，各部門主管皆參與意見，作出最完善的修定，方投入生產及推出市場



Primada®

致力環保

- 無紙化辦公室
- 辦公室空調溫度調至25.5度
- 鼓勵同事節約能源
- 產品推廣節能環保



社會責任

- 協助就業問題：
 - 2009年12月與香港專業進修學校(港專)舉辦招聘會及就業講座，為青少年及中年再培訓人士提供就業機會



Primada®

社會責任

- 培育下一代創業人才：
 - 成爲CMA創業先鋒顧問，爲中學生累積創業經驗出一分力



Part 4

結論



昇鋒國際的商業運作模式的好處

- 減少生產成本
- 降低風險
- 如果該模式運作成功，公司會更容易建立有效的支援價值鏈 (Supporting value chain)，而該價值鏈能協調所有與品牌有關的事項，從而強化品牌中長期資產價值
- 集中相關品牌活動，使資源分配更有效率



昇鋒國際的商業運作模式的壞處

- 較難掌握生產計劃和產品質量
- 較難及時應付顧客需求
- 物流成本或許較高
- 較難控制服務質量
- 在協調支援價值鏈各項元素上，面對更大挑戰
- 可能衍生一些與支援品牌文化相關的問題
- 實際上沒有清楚表達「Primada」的品牌個性

改善地方 (1)

顧客知識：

- 增進市場了解
- 顧客資料庫管理

品牌塑造：

- 全方位而非零碎 (piecemeal) 的方法
- 更全面的觀點：品牌導向而非銷售驅動的組織
- 顧客區隔管理 (Customer Segment Management)
- 考慮品牌識別 (Brand Identity)
- 產品策略
- 客戶服務：成本中心或利潤中心 以及 如何豐富及強化品牌體驗
- 設計品牌體驗以履行品牌承諾

改善地方 (2)

主要問題：

- 控制
- 時間
- 銷售驅動？
- 產品差異化
- 品牌價值鏈管理
- 如何改善品牌管理能力

謝謝！



Primada®