

DOI:10.12361/2661-3263-05-08-115618

品牌建设在企业经营管理中的作用分析

张 莛

国家能源投资集团, 中国·北京 100011

【摘要】经济的快速发展,加剧了企业之间的竞争,与此同时不断变化的市场经济环境也给企业的经营发展带来了诸多风险挑战,为保障企业健康持续发展,加强企业的品牌建设至关重要。品牌建设对于企业的经营管理而言,不仅可以提高企业的竞争力,也有利于实现企业经济效益的稳定增长。基于此,文章具体分析了品牌建设在企业经营管理中的重要作用,并结合目前企业品牌建设存在的问题,探讨了加强企业品牌建设的实施策略,以期为企业在品牌建设的推动下实现健康稳定发展。

【关键词】品牌建设; 经营管理; 品牌定位

Analysis of the Role of Brand Building in Enterprise Management

Zhang Ting

National Energy Investment Group, Beijing, China 100011

[Abstract]The rapid economic development has intensified the competition between enterprises. At the same time, the changing market economy environment has also brought many risks and challenges to the business development of enterprises. In order to ensure the healthy and sustainable development of enterprises, it is essential to strengthen the brand construction of enterprises. For the operation and management of enterprises, brand building can not only improve the competitiveness of enterprises, but also help to achieve the stable growth of enterprise economic benefits. Based on this, the article specifically analyzes the important role of brand building in enterprise operation and management, and discusses the implementation strategy of strengthening enterprise brand building in combination with the problems existing in the current enterprise brand building. With a view to achieving healthy and stable development under the promotion of brand construction.

[Keywords] Brand building; Operation management; Brand positioning

企业品牌承载着企业文化、企业精神以及企业的形象,对于企业的健康发展意义重大。但是部分企业在经营管理中,缺少品牌意识,对品牌建设的重要性没有准确认知,一味的追求业务发展,而忽视了对品牌的打造,导致企业在行业中缺乏竞争力。因此,企业要加强品牌建设重要性的认知,形成良好的品牌意识,保障企业能够精准的进行品牌定位,并不断实现企业品牌的创新发展。

1 品牌建设在企业经营管理中的重要作用

加强品牌建设已经成为目前企业改革发展中的重要内容,品牌建设对于企业的经营管理的作用主要体现在以下几方面:

其一,有利于提高企业经营效益。企业加强品牌建设,可以通过品牌的塑造以及品牌的宣传来提高企业产品的知名度,使企业的经营理念、产品内涵得到广泛推广,让更多的消费者慕名而来,激发消费者的消费欲望。特别是现阶段,消费者的品牌意识逐渐增强,多数消费者会因为对某一品牌的信赖而在消费的过程中更加倾向于该品牌的产品。企业加强品牌建设符合了消费者的这一消费心理,从而让产品在品牌的影响下销量增长、价格提升,进而实现提高企业经营效益的目的。例如,华为在推出高端奢侈品手机系列时做了一次非常成功的联名,就是和保时捷汽车合作推出华为保时捷手机,售价超过一万,首发后20秒售罄,网上价格炒到两三万,可谓一机难求。

其二,有利于提高企业核心竞争力。通过对目前各行各业的发展情况来看,品牌在行业中的影响力相对较大,在各行业中发展较好的几个大企业几乎都有自己的品牌。例如中国华为、美国Apple、德国奔驰、韩国三星、日本松下等,在其产品品类里已

形成世界影响力和知名度。在品牌建设的推动下,能够提高企业内部的向心力、凝聚力,也有助于激发员工的工作热情与工作潜能,再加上品牌对于企业经营效益的影响,可以实现在品牌建设下企业综合实力的全面提升,进而为企业核心竞争力的发展提供保障。

其三,有利于实现企业的长远发展。好品牌是品质的象征,是企业核心价值的具体体现,百年品牌,经久不衰,从企业长远发展的角度来看,加强企业品牌的建设对于促进企业的长远发展同样意义重大。品牌就如同企业的精神支柱一般,指导与引领者企业向着长期发展目标不断努力,不断提升自己、完善自己,使企业在市场中的地位越来越稳固,为企业的健康长远发展奠定基础^[1]。

2 企业经营管理中品牌建设存在的问题

企业需要对自身品牌建设现状有准确的认知,分析出企业品牌建设存在的问题,找出影响企业品牌建设发展的因素,才能让企业在品牌建设中有更明确的方向,提升品牌建设的效率和质量。目前来看,企业品牌建设中存在的问题包括以下几方面:

其一,企业缺乏品牌意识。企业对品牌的认知有限,未能形成良好的品牌意识,导致部分企业不注重培养属于本企业的具有特色的品牌形象。甚至一些企业只是为了挂“牌”而随意成立了一个品牌,品牌与企业的经营理念和发展目标关联性小,导致品牌建设无法发挥其在企业经营管理中应有的作用。

其二,品牌建设中忽视品牌定位与核心竞争力的提升。企业进行品牌建设的目的是为了企业的竞争优势,提高企业的经营效益,因此,根据企业的品牌建设目标,需要结合企业以及市

场经济发展情况,科学的进行品牌定位,并突出品牌的核心竞争力,才能保障品牌建设作用的充分发挥,而目前企业品牌定位不够准确,核心竞争力体现的也不够明显。

其三,对品牌的宣传与推广力度不足。企业品牌建设中,品牌的宣传与推广工作非常关键,这是提高企业品牌知名度,让消费者了解品牌内涵、品牌核心价值观的重要途径,但是一些企业缺少品牌宣传和推广意识,受到品牌宣传与推广力度不够的影响,导致企业的品牌建设作用发挥的不够充分^[2-3]。

3 加强企业经营管理中品牌建设的实施策略

3.1 提高企业的品牌建设意识

企业在经营与管理中形成良好的品牌建设意识是实现企业品牌建设的重要基础,因此,企业要加大对品牌建设重要性的准确认知,可以通过文献查找、数据调查了解品牌建设对于企业经营效益增长、竞争优势提高等方面的重要作用,从而能够将品牌建设作为企业经营管理中的一项重要工作来执行。企业要认识到品牌的实际价值,企业品牌是企业所拥有的最重要的无形资产之一,在企业品牌的建设下,可以有效提高企业的知名度,使消费者对企业的文化理念有准确的认知,促进消费者的消费行为。品牌建设意识并不是指简单的给企业塑造一个品牌形象,而是要从实际出发,将企业品牌建设列入到长期发展的重要战略工作行列中,在长期的建设与发展中,将企业品牌建设与企业的经营理念、发展目标、文化组成、核心资源等进行充分的融入,打造符合企业实际发展需求的、具有企业自身特色的品牌。比如:国家能源集团以企业文化和集团战略为基础,将“品牌一流”作为企业发展战略的重要内容,坚持以创新为魂、质量为本、诚信为根,发布RISE品牌战略(即Revolutionary改革、Integrative一体化、Sustainable可持续、Equal共享),宣贯品牌理念,讲好品牌故事,构建品牌体系,品牌建设深度融入企业经营发展,品牌知名度和美誉度不断提升。

3.2 明确品牌定位提高竞争优势

加强企业品牌建设是提高企业竞争优势的关键途径,也是品牌建设的重要目标之一,企业在建设品牌的过程中要加强对品牌的准确定位,同时能够突出品牌的核心竞争力,这样才能充分发挥好品牌建设在企业经营管理中的重要作用。企业要对自身的经营管理情况有准确的了解,认真分析企业的经营理念、企业的文化内涵、发展目标、盈利模式等,通过对企业的全面了解可以为企业品牌精准定位提供有效参考。与此同时,要对市场经济发展趋势进行深入的调研和分析,在贴合企业实际情况的基础上,还要迎合市场经济环境发展趋势,从而实现对企业的综合定位,让企业品牌可以更好的呈现企业的文化组成与经营理念。比如:国家能源集团公司作为世界最大的煤炭生产公司,火力发电生产公司,可再生能源发电生产公司和煤制油、煤化工公司,在2017年合并重组以来,十分重视打造央企品牌价值,通过品牌案例和品牌故事,将品牌概念和形象化视觉化,塑造和传播集团公司“全球可持续能源典范”品牌形象。2022年8月,入选《2022中国品牌500强》,位列33位。2022年9月5日,新华社、中国品牌建设促进会、中国资产评估协会在京发布“2022中国品牌价值评价信息”榜单,国家能源集团品牌价值再创新高,获评2363.18亿元,较去年增长480.53亿元,继续稳居能源化工领域和参评中央企业第三位。

3.3 重视品牌建设的创新发展

随着企业的品牌意识不断增强,各个企业均在进行自身的

品牌建设,大大小小的企业品牌不断涌现,而在众多的企业品牌中要想能够脱颖而出,吸引消费者的关注度,提高企业品牌的知名度就需要企业在品牌建设中加强创新,不要一味的模仿其他品牌,而是要根据企业的实际情况,迎合消费者的需求塑造具有特色的品牌形象。而企业品牌建设中的创新可以从很多方面来进行,可以通过品牌包装来创新,也可以通过对营销手段的创新来实现品牌建设的创新。品牌建设的创新主要就是企业从品牌建设的角度向消费者呈现商品的创新点,能够吸引消费者的眼球。现阶段,企业可以通过品牌建设创新的方式,挖掘产品的隐藏功能,或者换个角度呈现产品的特色,借助于品牌的创新与推广,增加产品的新卖点,可以取得较好的经营效果。企业需要提高自身的品牌建设创新能力,形成良好的创新意识,将品牌的创新作为一项长期进行的工作,通过具有创新和创意的品牌建设,帮助企业树立良好的品牌形象。

3.4 加大对企业品牌的宣传力度

加大对品牌的宣传和推广同样是企业品牌建设中非常重要的工作环节。企业品牌建设的作用能够得到充分发挥,关键在于企业品牌是否具备较强的曝光度,是否能够让消费者有深刻的印象,而这些就需要通过品牌的宣传与推广的方式来实现。借助推广让消费者对企业品牌的文化内涵以及核心价值有准确的认知,通过企业自身的推广加上消费者的口碑宣传,使企业品牌能够吸收大批的忠诚粉,稳固企业在行业中的地位,对提高企业经营效益以及促进企业健康发展具有重要作用。在企业品牌宣传推广工作上需要开发多种渠道,首先,利用好各种媒体与网站进行品牌推广,在融媒体环境下,多种媒体的共同发展为企业品牌的宣传提供了便利,企业可以通过自媒体、行业媒体以及各大网站的推广来增强企业品牌的曝光度。与此同时,也要整合社会各方资源,比如在户外广告牌、公共交通广告位以及电梯广告等方式进一步加大企业品牌的宣传和推广,让企业品牌在消费者生活的方方面面中不断渗透,加强消费者对品牌的印象。其次,通过公益项目宣传,企业开展公益项目是相应国家号召的重要举措,同时也是树立企业形象、实现企业品牌推广的关键途径,企业应该结合自身的实际情况,积极参与公益项目,实现对企业品牌形象的塑造与推广。最后,加强品牌案例和品牌故事创作,2022年9月,国家能源集团优秀故事在第五届中央企业优秀故事评选中获奖质量、数量双创新高。“9.5”泸定地震中,国家能源集团所属大渡河大岗山公司运维三值值长徐博海地震瞬间生死抉择的视频感动中国,展示了国家能源集团实干、奉献、创新、争先的企业精神和员工忘我奉献的风采,为企业发展持续提供了内生动力。

综上所述,企业的建设需要建立在企业的实际经营管理情况的基础上,同时要结合市场经济发展状况,准确进行品牌的定位,打造符合企业发展且能够突出企业特色的品牌,实现提高企业的影响力,增强企业的知名度,为企业健康长远发展提供保障。同时,还需要企业形成良好的品牌意识,加强对品牌的创新与优化,不断丰富品牌的内涵,在大力宣传企业品牌的过程中,实现企业的健康发展。

参考文献:

- [1] 严慧慧. 关于品牌建设在企业经营管理中的作用分析[J]. 老字号品牌营销, 2022(2): 22-24
- [2] 赵梦蝶. 品牌建设在企业经营管理中的作用分析[J]. 商展经济, 2021(5): 22-24
- [3] 鹿向群. 浅析品牌建设在企业经营管理中的作用[J]. 市场周刊·理论版, 2020(60): 35.