

DOI: 10.12361/2661-3263-06-01-127717

互联网+时代下企业家个人品牌形象塑造对企业发展的作用及路径研究

陈 隽

云南工程职业学院, 中国·云南 昆明 650000

【摘要】企业家个人品牌是企业品牌不可分割的一部分, 它可以为企业塑造一种独特的形象和风格, 成为企业突出的标志, 提高企业知名度、吸引人才和顾客。在这个信息爆炸的时代, 企业家个人品牌的塑造对企业的发展至关重要。企业家个人品牌的塑造需要深入挖掘企业家个人的特点, 去刻画他/她的个人形象、理念、价值观等, 从而使其个人品牌与企业品牌密切相关。总之, 企业家个人品牌对企业的影响非常大, 如果成功塑造企业家个人品牌, 不仅可以提高企业的形象和知名度, 还可以为企业带来更多的商业机会和粉丝效应。因此, 企业家个人品牌的塑造需要重视, 并从企业的整体品牌规划出发, 通过专业的传播管理和社交媒体的力量进行有效的营销。

【关键词】互联网+时代; 个人品牌; 形象塑造; 路径研究

Study on the Role and Path of Entrepreneurs' Personal Brand Image Shaping on Enterprise Development in the Internet + era

Jun Chen

Yunnan engineering vocational college Kunming, Yunnan 650000

[Abstract] Entrepreneur personal brand is an integral part of enterprise brand, it can create a unique image and style for the enterprise, become a prominent symbol of the enterprise, improve the visibility of the enterprise, attract talents and customers. In this era of information explosion, the building of entrepreneur's personal brand is very important for the development of enterprises. The shaping of entrepreneur's personal brand needs to dig deeply into the characteristics of entrepreneur, to depict his/her personal image, ideas, values, etc., so as to make his/her personal brand closely related to the enterprise brand. In short, the personal brand of the entrepreneur has a great impact on the enterprise. If the entrepreneur's personal brand is successfully built, it can not only improve the image and popularity of the enterprise, but also bring more business opportunities and fan effect for the enterprise. Therefore, attention should be paid to the building of entrepreneurs' personal brands, and effective marketing should be carried out through professional communication management and the power of social media based on the overall brand planning of enterprises.

[Keywords] Internet plus era; Personal brand; Image building; Path study

1 引言

现代社会中, 企业家已经成为一个极具代表性的符号。企业家不仅代表着企业的形象, 更是企业最为重要的资产之一。而今, 随着市场竞争日益激烈, 企业家的个人品牌在企业的发展中显得尤为重要。在这个个人品牌渐渐成为职场必要的湍流里, 我们来重新探讨下, 什么是个人品牌? 为什么企业家需要建立个人品牌? 并且如何去打造? 个人品牌对企业发展的作用?。

2 什么是个人品牌?

个人品牌的概念和建构已经在汤姆·彼得思的《商业力量: 如何创造, 创新和指导全球组织》中得到了广泛关注。他在书中提到: “每个人都需要建立起个人品牌, 才能应付21世纪的工作和生存。”个人品牌跟企业品牌一样, 都是相同的品牌概念, 只不过换了一个主体而已。我们可以把个人品牌理解为一个能让人识别, 从竞争者当中脱颖而出, 让人们印象中留下的清晰、独特的印象。个人品牌的建立需要通过个性的展示, 包括形象工程、自我定位和自我品牌管理三个重要维度。

3 企业家个人品牌是企业不可或缺的重要元素

在当今经济社会中, 企业家的角色和作用愈发凸显, 企业家个人品牌成为了企业不可或缺的重要元素。企业家个人品牌是指以企业创始人或核心人物为代表的领导人形象, 是企业文化建设、企业战略实施、企业形象树立的关键因素。

3.1 企业家个人品牌与企业形象识别

企业家个人品牌和企业形象识别是企业公众心目中建立良好形象的重要因素。作为企业整体形象不可或缺的一部分, 企业家的仪容仪表、言谈举止、知识修养、个性风格、业绩声望等个人因素, 对于公众而言都是判断一个企业的重要指标。由此可以看出, 企业家是企业品牌传播的核心人物之一, 他们的形象不仅能够塑造企业的品牌形象, 还能为企业带来商业价值。随着市场的日益竞争化, 企业间同质化的现象越来越明显, 从技术或产品的角度去寻找品牌的差异点已经越来越难。而企业家则是具有独特性和格化特征的存在, 他们代表着企业和品牌的内涵和价值。因此, 企业家成为识别企业和品牌、区分竞争对手的最有效元素之一。在互联网时代, 企业家的个人品牌形象更加受到重视。他们不仅能快速地帮助消费者在信息海洋中搭建起一对一的品牌联想, 还能在购买决策过程中帮助消费者进行甄选、评价和判断。因此, 企业家的形象管理不仅是企业的品牌传播手段, 更是带动品牌经营和商业营销的重要推动力。

企业家个人品牌和企业形象识别是企业成功的关键因素之一, 在品牌塑造和管理方面具有不可替代的作用。企业家应该注重个人形象和风格的宣传和管理, 维护好企业和品牌的形象, 实现商业价值和社会效益的最大化。

3.2 企业家个人品牌与企业竞争力

作为一个企业家, 不仅要为自己的公司打造品牌, 还需要打造个人品牌。个人品牌是一种外在形象和内在素质的综合体现, 它代表了企业家的个性、能力以及价值观。成功塑造个人品牌可以成为企业的竞争优势, 从而提升企业的竞争力。

首先, 个人品牌具有不可复制性。像乔布斯、巴菲特这样的企业家在他们所处的行业里是独一无二的, 他们的独特风格和思维模式使得他们的企业受到狂热追捧。这种独特性是其竞争对手无法复制的。就算其他公司也能产出类似产品或服务, 但他们无法复制企业家的个人品牌, 这就是个人品牌不可复制的特性。其次, 个人品牌可以为企业赢得公众和客户的信任 and 关注。在当今社会, 人们对于领袖般的管理者越来越感兴趣。一个好的企业家可以凭借自身的魅力、能力和价值观吸引人们的注意, 从而为企业赢得更多的关注和信任。例如, 乔布斯作为苹果公司的代表人物所做的一切无疑为其带来了无数的粉丝和支持者, 这些人对苹果公司充满了信任和期待。最后, 个人品牌可以影响内部员工, 增强股东信心, 形成企业凝聚力和向心力。企业家是一个公司的引领者, 他们的能力、风格以及

价值观会对员工产生很大的影响。一个拥有成功个人品牌的企业家可以激励自己的团队, 使其更加顺利地为公司的发展贡献力量。此外, 拥有个人品牌的企业家将会吸引更多的投资人关注到该企业, 从而提高股东信心, 进一步稳定企业的发展。

企业家的个人品牌不仅可以为企业带来竞争优势, 同时也会促进企业内部凝聚力和向心力的形成。企业家需要认识到个人品牌的重要性, 主动建立并维护自己的个人品牌, 从而为企业的长期发展打上坚实的基础。

4 企业家个人品牌塑造

在竞争激烈的市场中, 要想让一个好的产品取得成功, 就需要为其打造一个有竞争力的品牌。同样的, 在现代社会, 企业家作为企业的代表, 也需要注重个人品牌的塑造来推动企业的发展。一个良好的个人品牌是现代社会一个新兴的个人成长模式, 它能让更多人了解并认识你, 从而肯定你的个人价值。此外, 良好的个人品牌还可以成为一种全新的企业营销方式, 帮助企业在竞争中脱颖而出, 并为企业带来更多的发展机遇。因此, 企业家需要充分利用自身的个人品牌向公众展示出高素质的当他们在社会上获得足够的关注和认可后, 就可以最大限度地发挥自己的影响力为企业进行宣传, 使得效果事半功倍。

4.1 塑造形象

塑造形象是企业家建立个人品牌的关键。企业家要注意言行举止, 确保表现出自信、专业、诚实和勤奋的形象。另外, 选取一个适当的着装风格也很重要, 这将有助于为企业家塑造其独特的形象。

4.2 建立声誉

建立良好的声誉需要一定的时间和很高的关注度。企业家应该积极地参加社交活动, 扩展社交圈子, 并在社交媒体上定期发布关于其个人生活和事业的动态, 增加公众的知晓度。此外, 企业家还可以以各种途径, 如讲座、专栏等方式与公众进行更进一步的沟通, 提升其专业素养、知名度及公众认可度, 为企业品牌树立起强有力的支撑。

4.3 增强价值

企业家应该在经营自己的事业时不断发掘自己的价值, 并通过分享这些信息来吸引客户并建立信任。企业家应该主动分享自己的多年企业经验, 充分利用软件工具发布如视频、博客和社交媒体帖子等形式的内容, 为读者传授更丰富、实用的知识, 提升个人及公司的声誉。通过这些努力, 企业家可以树立自己非常有价值的形象。

5 企业家个人品牌对企业的积极影响

企业家和企业最大的一个区别就在于, 企业家都具备浓厚的个人色彩和个人特点。企业家形象的建立会产生很强大的公众价值。企业家的个人品牌对企业发展有多个积极作用。首先, 企业家作为企业的代表人物, 其形象往往能够影响公众对于企业的认知和评价, 因此企业家个人品牌的塑造可以帮助企业树立个性化的形象, 并增强公众对于企业品牌的忠诚度和认可度。此外, 企业家个人品牌的建

立也有助于提高企业的知名度和形象,特别是在竞争激烈的市场中。如果企业家具有独特的影响力和创意能力,通过有效地传播其个人品牌,可以吸引更多的注意力,引发公众对于企业的兴趣和好奇,进而提高企业的曝光度,扩大品牌影响力。同时,在企业招聘和员工管理方面,企业家个人品牌的建立也能够增强企业的吸引力和凝聚力,吸引更多优秀的人才,提高员工的归属感和团队凝聚力,从而促进企业的发展。当然,企业家个人品牌的建立也需要合理规划和管理,不能过于个性化和个人化,要与企业的核心价值和企业文化相符合,不能与企业品牌形象相冲突或者分离。企业家个人品牌的建立也需要不断地维护和更新,适应不同的市场和时代环境,注重与公众的互动和反馈,不断提升个人形象和品牌价值。总之,企业家个人品牌的建立对于企业品牌的发展和提升有着重要作用,在适度规划和管理的基礎上,可以成为企业竞争优势和品牌价值的重要来源。

6 企业家个人品牌对企业的负面影响

企业家个人品牌如果没有妥善管理,可能会对企业产生一些负面影响。首先,如果企业家个人品牌与企业品牌的形象不符,或者企业家个人品牌出现负面事件,都会对企业形象造成损害。其次,如果企业家个人品牌过于强大,可能会对企业的决策产生过度影响,导致企业决策偏颇,以企业家个人利益为先,而非整个企业利益为先。最后,如果企业家个人品牌过于浓厚,可能会对企业传承带来困难,比如企业接班人是否能够符合追求原则、具备财务经营等方面的要求等等。因此,在确立企业家个人品牌时应谨慎,企业应该注重培养品牌价值和声誉,并建立多元化管理模式,降低企业家个人品牌对公司经营的不利影响。

7 格力集团董明珠个人品牌塑造路径

个人品牌的打造,不是自然形成的,在这个建设的过程中需要精心策划,凸显出内涵以及个性。

7.1 充分挖掘个人经历,从人物经历中提炼个人品牌的传播要点

董明珠的成功之路可谓是一段令人振奋的励志故事。从一个普通家庭的女子到成为中国乃至世界知名的女企业家,这其中既有偶然也有必然的因素。董明珠的个人经历可以说是一个难得的品牌故事,她通过自己的实践经验和不懈的奋斗,成功地完成了从一个“铁娘子”到“霸道总裁”,再到“话题女王”的华丽转身。这些标签背后实际上是她能力、魄力和实力的体现,让更多的人对她产生了景仰和佩服之情。董明珠在进入格力之后,一直坚持为公司争取利益,特别是在与经销商谈判期间展示出霸道的一面,用四十天时间将拖欠公司的420万元货款全部追回,这个故事代表了董明珠职业起点的成功。在接任经营部部长之后,她凭借自己的领导才华使格力不断前进,11年来不断地保持着空调销量、销售收入全国第一的成绩。这个过程中,董明珠展现出的“霸道总裁”的形象无疑是很重要的。之后,她更是被评价为“话题女王”。她在格

力的发展过程中,勇于尝试各种新技术,同时也积极参加公共事务,深入探讨各种热点话题,军民融合、创新创业等等。这些都使得她的形象更加接地气和亲民化。她也经常出现在顶级媒体中,并在社交网络上活跃,积极回应和面对各种声音和质疑,努力维护公司形象和自己的人格形象,让更多人了解、认识和支持她。因此,推波助澜,让“铁娘子”成为“话题女王”,董明珠需要不断地深入实践、拓展视野,挖掘更多新思想、新技术和新话题,更加注重个人形象的维护和塑造,并借助各种机会和社交媒体的力量,让自己的故事和理念被更多的人所认识和传扬。

7.2 推波助澜,不断升华个人品牌,为企业代言

董明珠在格力手机的开机画面上出境,引起了很大的关注和热议。据悉,她这么做是为了迎合社会主流的“90后”人群,以增加格力手机的公信力。虽然这次代言效果不一定能直接体现在销售变现上,但由于手机行业竞争激烈,要在其中获得一杯羹难度很大。此举既提升了格力手机品牌知名度,也让董明珠的个人品牌在这次代言中爆发式传播。董明珠的开机画面代言,给格力手机带来了很大的关注度和话题性,对消费者的购买决策产生了积极的影响。同时,董明珠的形象也更多的被人所认识和了解,符合了她想要突出自己品牌影响力和影响力的战略目的。此外,由于董明珠在中国商界的地位,她代言的作用也超越了一个简单的开机画面,成为格力公司品牌的重要支撑。

8 结论

随着社会的发展,传统的商业品牌在很大程度上被瓦解,人们更注重品牌背后的人格特征。在建立企业家个人品牌时,需要注意以下几点:首先,要保持真实性和可信度。企业家个人品牌的形象必须真实体现自己的思想、风格和行为方式,这样才能赢得人们对其信任。其次,要具备思想领袖的特质。企业家个人品牌的塑造需要借助自身所领导的产业或领域的以及对行业的见解和思考等,成为业内的思想领袖。最后,还需要借助科技手段和数字化工具。通过积极利用大数据等数字化手段,从消费者的角度深入探讨品牌的特点,以便更深入地了解受众和目标市场,从而更精确地塑造企业家个人品牌,提升品牌形象和 market 价值。

参考文献:

- [1] 黄燕. “董明珠=格力”还是“董明珠>格力”[J]. 封面故事, 2015(6): 8.
- [2] 袁兵, 刘洪亮, 林荫. 网络环境下企业家B1碑的消费者反应. 中国软科学, 2017, (1): 103—114.
- [3] 孟冉. 社交媒体语境下品牌营销传播中企业家形象策略研究[D]. 西北大学, 2018.
- [4] 张艺萌. 企业社会责任对消费者品牌态度影响的实证研究[D]. 华南理工大学, 2018.
- [5] 段淳林. 整合品牌传播: 从IMC到IBC的理论建构[M]. 北京: 人民出版社, 2020
- [6] 胡施颖. 社交媒体时代个人品牌传播研究[D]. 南京师范大学, 2021.