

陕西葫芦大观园公司木布汇品牌营销推广策略研究

李嘉祥

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】陕西葫芦大观园文化创意产业有限公司,是陕西一家文化创意产业公司,公司以天然葫芦为创意产品设计的原材料,对葫芦进行全产业链布局 and 开发,集创意研发设计、文旅观光、生态农业、生产销售于一体的“三产融合”文化创意型、农产品深加工企业。本文主要探究陕西葫芦大观园公司木布汇品牌营销推广策略。

【关键词】陕西; 葫芦大观园公司; 木布汇; 品牌营销; 营销推广

Research on the Brand Marketing Strategy of Shaanxi Hulu Grand View Garden Company

Li Jiexiang

Xi'an Peihua University, xi'an Shaanxi 710125 China

[Abstract] Shaanxi gourd grand view garden cultural creative industry co., LTD., is the Shaanxi tourism association tourism commodities and equipment branch unit, is a natural gourd as raw materials, the whole industry chain layout and development, creative research and development, tourism, ecological agriculture, production and sales in the integration of the "three fusion" cultural creative, agricultural products deep processing enterprises. This paper mainly explores the marketing strategy of Mubuhui brand.

[Key words] Shaanxi; Hulu Grand View Garden Company; Mubuhui; brand marketing; marketing promotion

【基金项目】本文属于2021年度西安培华学院大学生创新创业训练项目阶段性成果,项目名称: 陕西葫芦大观园公司文创产品营销方案设计项目编号: PHDC2021002。

前言

目前文创市场忽视消费者深层次的传统文化需求,单纯利用文化元素和创意生产制造产品^[1]。有了消费的需求才会产生市场,因此,要加强消费者市场需求调研,设计满足客户需求的文化创意产品,通过天然葫芦,运用全新的营销理念、营销方法,注重对消费者的观察、访谈、交流、记录等,以了解消费者的真实心理和需求。纵观目前的发展趋势,从事文创行业的人数越来越多,我们将面临着很大的市场竞争。品牌元素不够完整,网络 IP 乏力(网络品牌形象、传统葫芦文化与现代传播元素结合不足、文化赋能不足);目标客户群体单一,在青年群体中缺乏号召力;缺乏传播心锚设计,以有形产品为主,缺乏场景营销、体验营销、互动营销。本文为陕西葫芦大观园公司木布汇做品牌营销推广,建议公司制作葫芦手工艺品,做成各种小巧新颖形状,联合最新的设计图案或者流行样式到市场上进行售卖。创新营销模式,借助新媒体工具,融合传统媒体(报纸、杂志、电视、广播等),增强消费者的视觉、听觉、感觉,注重消费者的体验,增强文创产品的内容审美,满足民众更大的精神需求,充分挖掘历史文化元素,结合现代元素,打造具有历史内涵、科技含量、现代元素的文创产品,更好地诠释我国博大精深的民族文化^[2]。例如台湾故宫博物院,充分运用现代化技术,使得观众能够与文物进行对话,能够在屏幕上对文物进行修改,比如在清明上河图上进行细微修改,让观众感受到文物之美,体验文物设计之美,展现文化内涵,让民众对文物更加感兴趣,增强观众对文创产品的情感认知与共鸣。

1 产品和品牌策略

1.1 产品策略

以文化传统葫芦为主流,打造以葫芦为主的各方面文化产品,引起大众对文化传承的共情心理。在葫芦为基础的前提下,根据互联网,大数据来制作让大众喜闻乐见的文创产品。

1.2 品牌策略

品牌策略的核心在于品牌的维护与传播,如今品牌营销方式多种多样,相对传统品牌营销方式(电视、报纸、户外公关等),网络品牌营销逐渐被企业所青睐^[3]。

(1) 品牌个性。要打造个性化品牌要注重品牌的命名、logo 设计,还要注重品牌内涵设计,通过包装、品牌形象、品牌代言人提升独特葫芦文化的品牌,塑造独特的品牌风格与形象,增强品牌影响力^[4]。

(2) 品牌传播。葫芦类文创产品要加强品牌传播,使得消费者在心理有所认知,能够及时获取信息,并且能够对该种品牌形成印象和记忆,从而加大了葫芦类文创传播力,葫芦类文创产品要通过广告、公共关系、促销、人际等方式进行品牌传播。运用品牌传播使得布木汇葫芦成为大众所熟知的产品,为布木汇葫芦营造良好的品牌形象^[5]。

(3) 品牌销售。葫芦类文创产品要加强品牌销售,通过品牌销售可以增强品牌影响力,主要包括用人员推销、店员促销、广告促销、事件行销、优惠酬宾等方法推进品牌销售。

(4) 品牌管理。葫芦类文创产品要加强品牌管理,品牌管理的主要工作就是要建立市场信誉,获取更多的社会支持,建立良好的客户关系,增加品牌亮相机会。从而为布木汇葫芦赢得更大的品牌市场,赢取消费者对布木汇品牌的信任,建立相对完善的销售网络^[6]。

2 渠道策略

根据公司规模不断扩大,产品线的不断延伸,在不同的

发展阶段公司侧重不同的渠道策略, 逐步健全完善销售渠道体系, 如图所示:

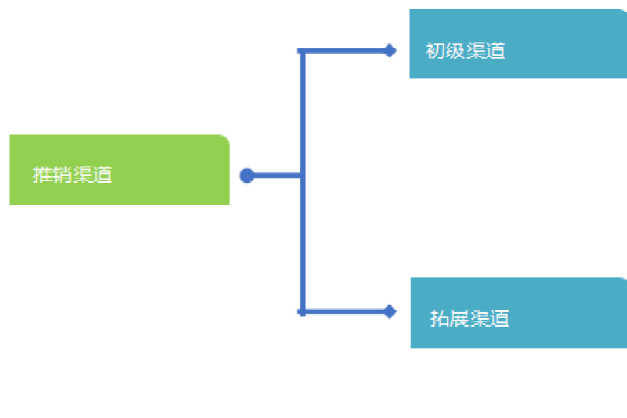


图 2-1: 推销渠道体系

2.1 初期渠道

(1) 网络平台: ①利用天猫与淘宝庞大的用户平台进行网络销售, 借助互联网与物流为消费者提供便利的购买方式, 提供有质量保障的产品, 提高葫芦大观园木布汇在消费者中的口碑。②及时收集产品使用反馈, 不断监控产品质量, 好评度, 提高产品竞争力。通过大数据分析, 公司研发部门研发, 不断改善产品质量, 并增加新产品, 迎合消费者的需求。

(2) 快手抖音短视频: 通过不断发送抖音短视频宣传品牌产品, 打造网红产品, 增加知名度, 快速吸引客户和粉丝, 对当地的葫芦工艺品制作进行直播, 对葫芦工艺品加工过程进行直播, 使得观众可以更加具体了解木布汇。充实快手抖音短视频的内容, 提高短视频质量, 巩固已有客户和粉丝, 发展新的粉丝和客户, 从而达到引流^[7]。

3 促销推广策略

3.1 网络促销

(1) 软文促销。通过 SEO 网页推广, 运用通讯工具如 QQ、微信, 以及今日头条、微博、抖音等社交媒体平台, 以及其他的一些新媒体、自媒体等, 以文字、视频等方式, 增强阅读浏览量曝光量。其中 SEO 的推广方式主要是以搜索引擎体现出来的, 当网民在百度搜葫芦工艺品的时候, 文章就以软文的形式展现出来, 通过点击进去阅读达到推广的目的。

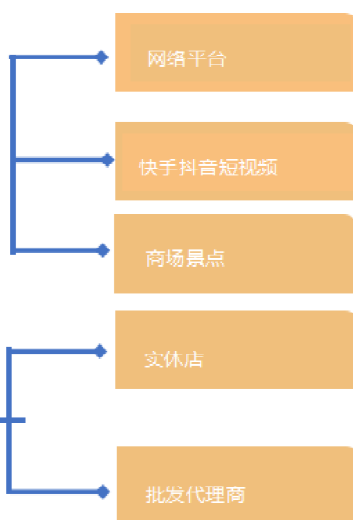
(2) 搜索引擎营销推广。通过搜索引擎对自己的产品进行推广, 优化引擎会使推广工作取得很好的效果。进行引擎推广就要优化引擎, 主要就是关键字的优化, 只有关键字是正确的, 我们才可以吸引更多的消费者关注我们的产品。比如: 搜索葫芦工艺品、葫芦等关键字, 就会出现我们的产品。

(3) 微博促销。葫芦类文创产品要运用微博进行促销, 通过微博传播企业信息、产品信息, 通过发起受众感兴趣的话题, 给葫芦类文创产品一个良好的传播形象。并且注意传播的内容、评论等, 建立的微博公众账号, 实时发布木布汇葫芦工艺品的最新资讯; 进行线上微博推广增加关注粉丝数量增加关注度, 让更多用户了解木布汇造物馆; 另外在微博举办有奖活动, 增加粉丝互动。

(4) 公众号推广。传统营销模式, 往往由于客户资料更新慢, 损失了大把的优质客户资源。微信营销进行企业宣传, 真正做到不漏掉任何一个潜在客户。我们将建立一个微信公众号, 每天推送陕西省葫芦大观园木布汇的产品信息, 使更多人了解到

葫芦工艺品。

微信公众号平台的内容: ①历史内容, 看到我们每天的推



送内容及历史推送消息; ②商业洽谈: 消费者可以通过公众号获得的联系方式; ③了解木布汇公司简介。微信公众号的推广, 我们平台的微博置顶及在推送文章的最下面将长期放置微信公众号。公众号不定期举办活动, 例如转发文章到朋友圈可获取葫芦工艺品等活动。我们会在转发的文章中插入我们的公众号二维码, 用户扫描可直接关注。注册平台账号并关注微信公众号。

3.2 公共关系推广

(1) 参与展销会。①

参与葫芦工艺品展销会: 有利于木布汇更好地树立区域知名度, 打造一个优秀的陕西品牌形象。②参与工艺品协会, 拥有专业的资质认证, 有利于木布汇更好的了解葫芦工艺品的市场行情和把握方向, 并对企业销售葫芦工艺品、树立企业形象。发展目标: 陕西木布汇提高品牌知名度起到了良好的促进作用。

(2) 校园推广。①通过赞助各大高校内举办的活动, 并采用挂横幅、张贴海报的宣传方式; ②与校内推送平台进行商业合作; ③为学校学生提供免费展览, 让更多的大学生了解到葫芦工艺品, 增加在大学生群体中的知名度。

3.3 人员促销

公司要建立自己的销售渠道, 在销售渠道安排专门的营销人员进行促销, 增强消费者的购买欲望, 并且能够完成购买。以西安市为例, 雇用市场营销人员(如当地大学生等廉价劳动力), 使其对于当地居民等在街道、超市门口等地方进行葫芦大观园木布汇的讲解和宣传, 扩大其影响力。

4 结论

总而言之, 陕西葫芦大观园公司木布汇需加强品牌营销推广, 通过品牌营销推广策略应用增强品牌影响力、传播力, 结合产品策略、促销策略等, 结合新媒体和传统媒体, 塑造品牌形象, 增强品牌影响力, 达成品牌营销推广的目标。

参考文献:

- [1] 许雅楠. 浅析传统文化元素在文创产品设计中的应用[J]. 精品, 2021(14): 110-110.
- [2] 吕晓莉, 凌子叶, 周靓, 等. 新媒体与传统文化结合推动文创产业发展——以故宫文化创意馆为例[J]. 传播力研究, 2020, 4(19): 57-58.
- [3] 吴来安, 刘欣颖. 图像分层理论下网络流行语的品牌营销与传播策略——基于“打工仔”个案的考察[J]. 传媒观察, 2022(2): 9.
- [4] 宋佳奇. 浅析品牌 logo 设计美学理念及其文化内涵[J]. 艺术大观, 2019, (28): 0140-0140.
- [5] 王锐. 广告传播中品牌形象的整合[J]. 新闻世界, 2010, (2): 98-99.
- [6] 杨国盈. 品牌社群内互动对企业客户关系管理的作用机制[J]. 市场观察, 2019, (5): 63-63.
- [7] 张少轩. 短视频账号运营研究——以抖音账号“祝晓晗”为例[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2019(10): 2.