



品牌内涵与形象

目
录

一、什么是品牌

二、品牌内涵

三、品牌形象

四、如何塑造品牌

五、注意事项

一、什么是品牌

一、什么是品牌？

A. 品牌=品×牌

B. 品=品质×品格×品德

C. 牌=形象×口碑×影响

品是内涵，牌是形象

- ◆ 只要其中任意一项为“0”结果等于“0”
- ◆ 成功的品牌绝不只是依靠一个条件而成功；
- ◆ 失败的品牌却可以因为一个条件而失败。

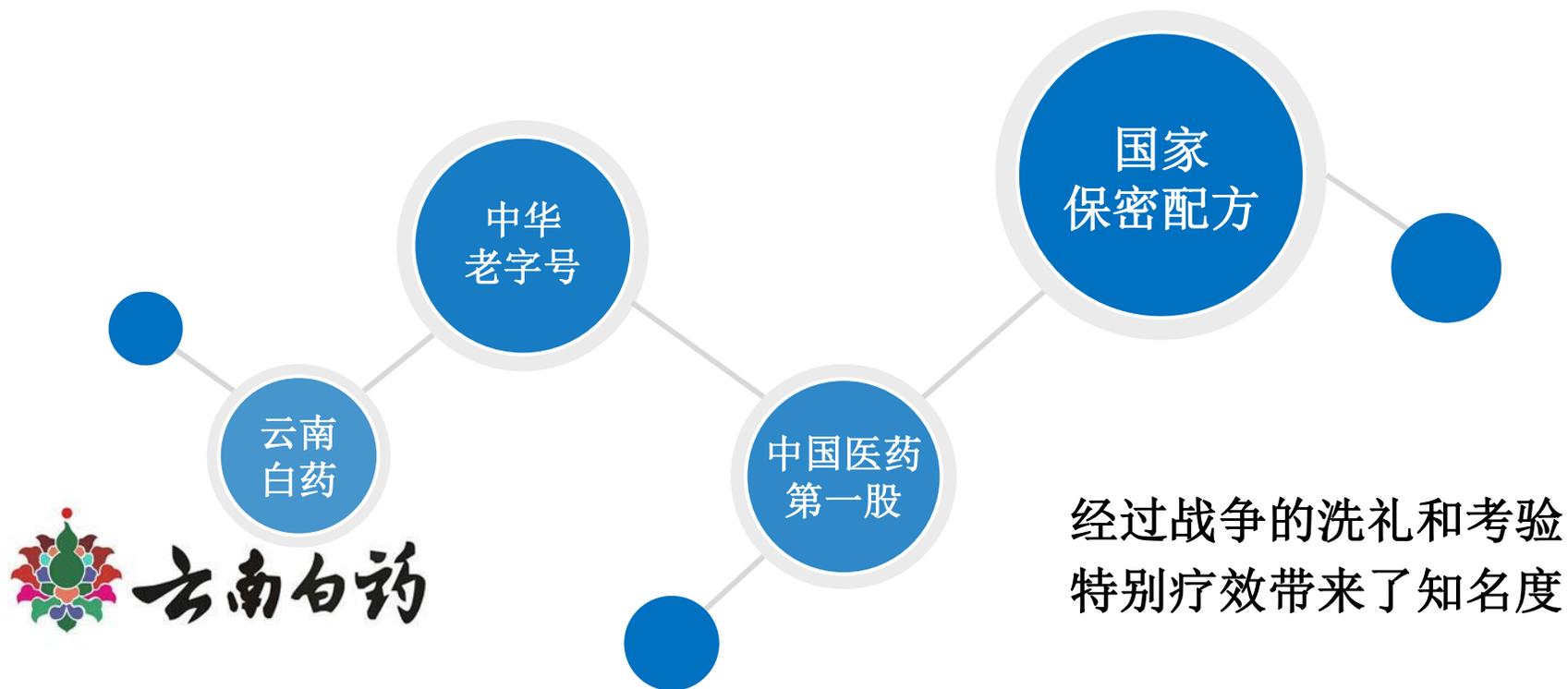


二、品牌内涵

品质 品格 品德

二、品牌内涵

A 品质——产品质量



二、品牌内涵

达霏欣[®]



二、品牌内涵



•好人好药 好药好人



•销毁不合格产品
•精益求精零缺陷

二、品牌内涵

B 品格——品味格局



格 力
让世界爱上中国造

联 想

人类失去联想，世界将会怎样



lenovo
联想

二、品牌内涵



爱国情怀——

企业家爱国，就是做好产品
为中国人设计，让中国人健康
我是这么想的，也是这么做的！



二、品牌内涵

成立国人体质研究中心，设计研发符合国人体质的健康产品



二、品牌内涵

C 品德——社会责任

海 尔

爱心传递 共筑希望



Haier



海尔社会责任

- 建设希望小学
- 关爱留守儿童
- 捐赠圆梦音乐教室
- 热心公益



二、品牌内涵



助学日现场



“身残志坚”——党路遇

将每年八月的第四个周日定为资助贫困大学生的“**仁爱天使助学日**”，
已举办**26**届

二、品牌内涵



冬助日

将每年农历冬至定为专门帮助企业驻地孤寡老人和孤儿的“冬助日”，已举办24届



“振东女儿”——葛江燕

二、品牌内涵



将每年腊月二十三日定为 资助
驻地70岁以上老人“敬老日”



为资助身患重症的大病患者，在
2006年1月注册7000万成立了
“中华仁爱天使基金”

二、品牌内涵



产业扶贫： 政府+企业+合作社+农户=基地

二、品牌内涵



老总包片、中层包村、员工包户

二、品牌内涵

振东中药材产业精准扶贫案例成为“**国家十大扶贫案例**”之一。



国家产业扶贫现场会在振东平顺基地召开

三、品牌形象

形象 口碑 影响

三、品牌形象

A 形象——外在表现

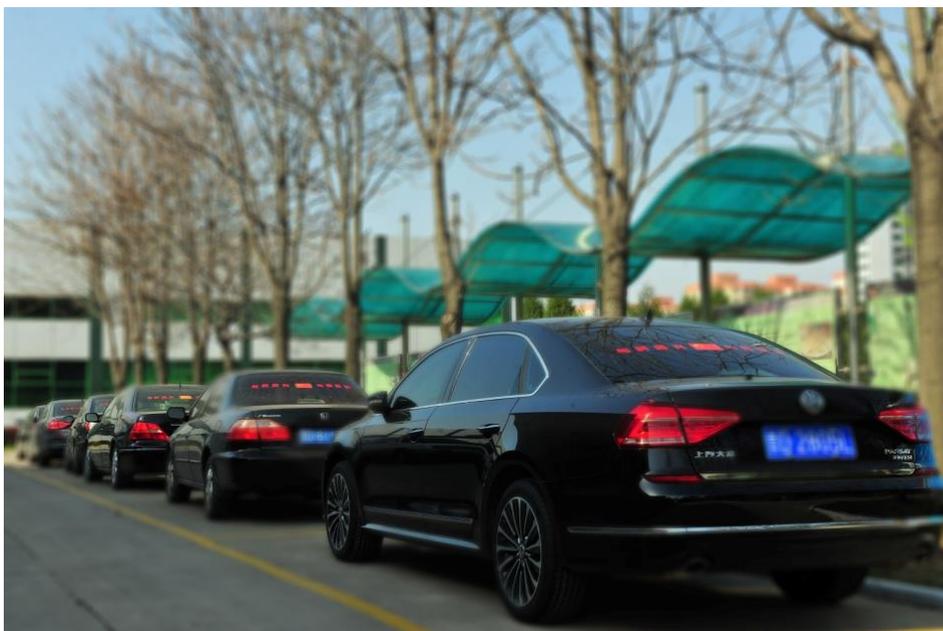
公司爱国形象



办公区随处可见的国旗

三、品牌形象

公司爱国形象



车后张贴爱国标语

三、品牌形象

公司爱国形象

设计有国旗图案的工装



胸前有国旗 肩上有担当 心中有情怀 身上有品牌

三、品牌形象

公司爱国形象



统一各司形象

三、品牌形象

公司爱国形象



活动必唱红歌必拿国旗



“双庆”红歌比赛

三、品牌形象



统一工装

三、品牌形象



统一司容司貌

三、品牌形象



统一微信名、朋友圈背景

三、品牌形象



产品形象



三、品牌形象

岩舒® 复方苦参注射液
● 国家医保目录品种

摆脱癌痛 增效减毒
肿瘤联合用药首选

● 激活阿片类受体镇痛机制，有效缓解各种癌痛
● 调节机体免疫力，显著降低化疗所致不良反应
● 增效减毒，显著提高生存质量和延长中位生存期
● 20~40ml/天剂量抑制肿瘤与镇痛疗效更显著

【功能主治】清热利湿，凉血解毒，散结止痛。用于癌肿疼痛、出血。
【用法用量】肌肉注射，一次2~4ml，一日2次；或静脉滴注，一次20ml，用氯化钠注射液200ml稀释后应用，一日一次，儿童的减，全身用药总量200ml为一个疗程，一般可连续使用2~3个疗程；或遵医嘱。
【批注文号】国药准字Z14021230 (2ml) 国药准字Z14021231 (5ml)
晋药广审(文)第2015080055号 本广告仅供医学、药学专业人士阅读

振东集团 ZHENDONG GROUP 山西福东制药股份有限公司 地址：山西长治县光明南路福东科技园 邮编：047100
电话：0355-8096088 传真：0355-8096055 网址：http://www.zdjt.com

晋药广审(文)第2018100090号 广告

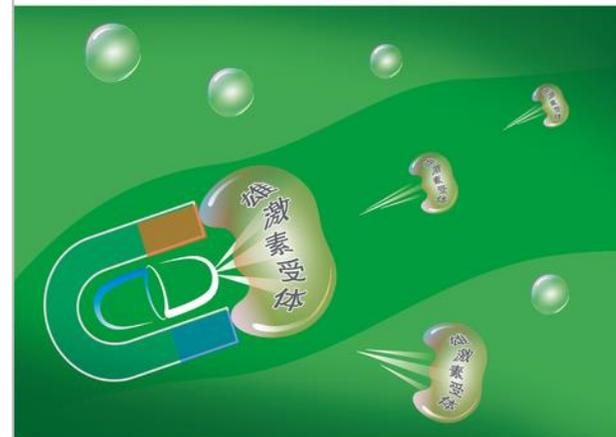
达霏欣®
米诺地尔搽剂2%

✓ 刺激萎缩毛囊 ✓ 改善脱发 ✓ 早用早好

米诺地尔搽剂
MINOXIDIL LINIMENT
2%
达霏欣

海报形象

岩列舒®
比卡鲁胺胶囊
长效 强效 雄激素受体阻断剂
——雄激素阻断的有效保证



【适应症】
1、50mg每日，与促黄体生成素释放激素(LHRH)类似物或外科睾丸切除术联合应用于晚期前列腺癌的治疗。一次1粒(50mg)，一日1次。
2、150mg每日，用于治疗局部晚期、无远处转移的前列腺癌患者。这些患者不适合或不接受外科手术或其他内科治疗。一次3粒(50mg×3)，一日1次。

振东制药 ZHENDONG PHARMACEUTICAL 营销总部：北京市海淀区创业路16号振东大厦 网址：http://www.zdjt.com
生产基地：山西省长治光明南路福东科技园 电话：400-883-0188

三、品牌形象

广告形象

高空品牌传播，顶级媒体背书



三、品牌形象

广告形象

高铁专列，彰显公司高铁速度



三、品牌形象

B 口碑——大众认可

岩舒的品质受到业界认可



三、品牌形象

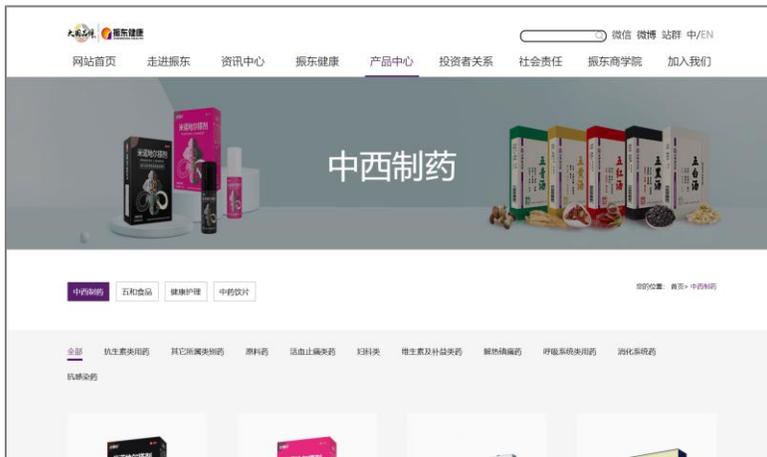
系列评选荣耀上榜，各大机构、消费者、行业同仁全面认可

项目	荣耀
中国药店·万勳会	中国药店店员 推荐率最高的品牌
西湖论坛	西湖奖 最受药店欢迎的明星单品
米思会	2023中国连锁药店最具合作价 值单品
第四届医药金石 奖	2023年度最佳医药营销创新奖
中国国际广告节	2023广告主盛典·年度 整合营 销类金案



三、品牌形象

C 影响——全民参与



运用各种自媒体，多维推广产品

三、品牌形象

组织“有爱有家有振东”系列活动



四、如何塑造品牌

四、如何塑造品牌

A

提高品牌意识，严格管理，严格执行



振东健康城

文章内容源于网络，如有侵权，请联系删除。

4165

读 4165



文章内容源于网络，如有侵权，请联系删除。

阅读原文

阅读 1328

1328

四、如何塑造品牌

A

提高品牌意识，严格管理，严格执行



泰盛有425人
就算一个人转发有十个人看
也应该达到4000多的浏览量

四、如何塑造品牌

A

提高品牌意识，严格管理，严格执行



振东约有5000员工
一人平均20个群
平均一群按50人算
发送一条信息
约有500万人看到

营销类

四、如何塑造品牌

A 提高品牌意识，严格管理，严格执行



振东约有5000员工
每人开通微博
每个微博有50个粉丝
发送一条信息
最少有25万人看到

四、如何塑造品牌

A

提高品牌意识，严格管理，严格执行



振东集团网站传播
企业文化、
企业新闻、
商学院课程、
健康知识、
医药政策、
行业动态等知识
一个月约有7万点击量

四、如何塑造品牌

B

充分利用公司各种宣传资料



节气养生诗



早安视频

【健康护理苑】PM2.5，宅在家里也躲不开的污染源！

振东健康 2021-12-11 06:50



注意：你家里的空气污染物不止“PM2.5”

00:00 06:33

护 2021年12月11日 星期六

雾霭时起如迷城，
霾散日出内外通。
不见室内有菌落，
时添滤净换新风。

每日主题微文



接下来这条视频

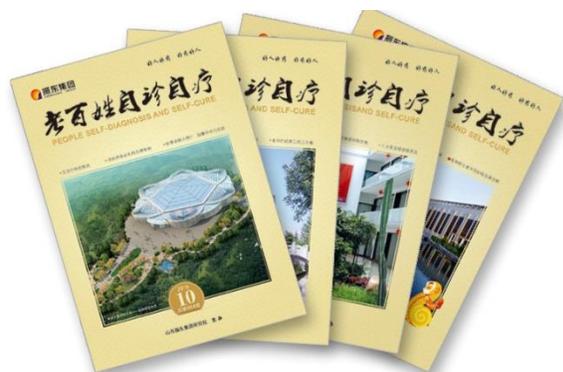


每日商学院

四、如何塑造品牌

B

充分利用公司各种宣传资料



各类期刊

四、如何塑造品牌

B

充分利用公司各种宣传资料



坚持转发
受到认可

四、如何塑造品牌

C

理清优势，打造个人、团队品牌

从性格特征来塑造个人品牌



态度认真



乐于助人

四、如何塑造品牌

C

理清优势，打造个人、团队品牌

从擅长技能来塑造个人品牌



客户服务



精于研发

四、如何塑造品牌

C 理清优势，打造个人、团队品牌

从团队特征来塑造团队品牌



营销铁军



思缕求细、点滴求精

四、如何塑造品牌

D

建立自媒体体系，创新自己的内容



内容上，借鉴每周一文，可选管理的、励志的、感人的、心灵鸡汤等内容，穿插自己的内容，文章一定要短小精干

四、如何塑造品牌

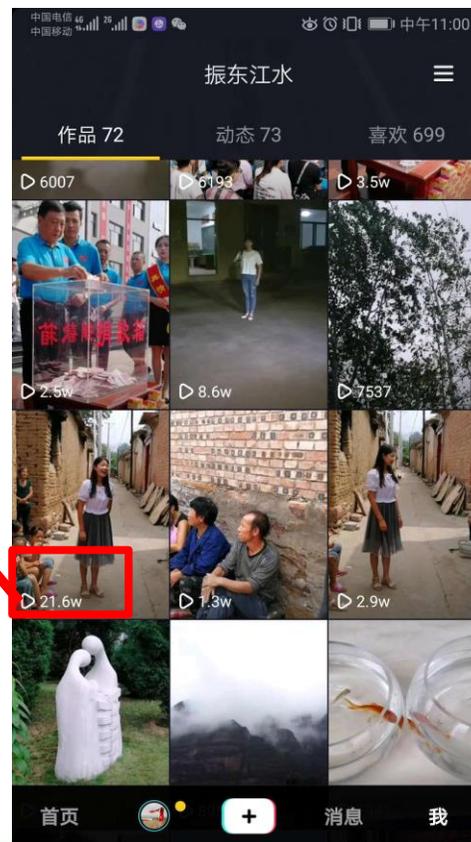
D

建立自媒体体系，创新自己的内容

16.3
万



21.6
万



四、如何塑造品牌

E

学会借势

振东健康严选
618以爱之名
“爸”气加码
父爱如山 愿山长青

套组①
299元
先生口服液4盒
参芪冲2盒

套组②
299元
酒轻饮3盒
参芪津2盒

娇养红颜

女神宠爱专享
五红汤（术后方）
秒杀 促销价¥ 158 赠

女神宠爱专享
五红汤（产后方）
秒杀 促销价¥ 158 赠

女神宠爱专享
五红汤（护心方）
秒杀 促销价¥ 158 赠

女神宠爱专享
五红汤（白领方）
秒杀 促销价¥ 158 赠

四、如何塑造品牌

F 坚持传统方法，利用各种会议展示形象



组织参加学术会议

四、如何塑造品牌

F 坚持传统方法，利用各种会议展示形象



第六届全国毛发学术会议



西湖论坛



太行论道-中药材资源论坛

四、如何塑造品牌

G

创新宣传手段

中国电信 中午12:57

文化与品牌

【漫话】这里的元宵节更热闹！

文化与品牌 2月19日

漫话振东



漫话振东



四、如何塑造品牌

G

创新宣传手段

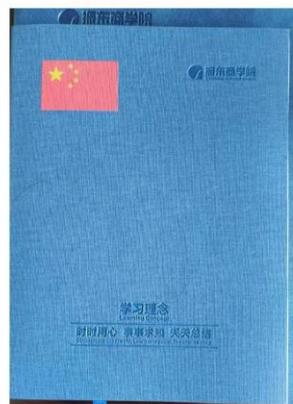


文化衫

四、如何塑造品牌

G

创新宣传手段



四、如何塑造品牌

G

创新宣传手段



个性包装及文化形象人物

四、如何塑造品牌

G

创新宣传手段



各种互动

四、如何塑造品牌

G

创新宣传手段



焕发活动



产品知识讲座

四、如何塑造品牌

G

创新宣传手段



培训师计划：因地制宜的各类培训，培养一大批讲师。

四、如何塑造品牌

H

提前做好活动策划，找准宣传点



五、注意事项

五、注意事项

- A. 产品质量精益求精
- B. 员工行为高度一致
- C. 适当有度，不宜过多
- D. 各种标准统一
- E. 持之以恒，不能急功近利



让我们：

借力企业文化，
凝聚企业力量，
建设企业品牌，
铸造企业辉煌！





企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康

我是这样想的 也是这样做的

