

## 企业网络品牌策划探析

文/高风民

互联网拥有传播速度快、受众广、成本低的优势，逐渐成为品牌塑造最有效、最强有力的工具。因此，充分认识网络品牌的深远意义，根据网络品牌的特征，做好网络品牌策划工作，成功打造网络品牌，已经成为企业营销成功的关键。

### 一、网络品牌的重要性

品牌是极有效率的推广手段，品牌形象具有极大的经济价值。根据美国网络对话（Cyber Dialogue）以及国际商标协会的调查，在网络使用中，有1/3的使用者会因为网络上的品牌形象而改变其对原有品牌形象的印象，有50%的网上购物者会受网络品牌的影响，进而在离线后也购买该品牌的产品，网络品牌差的企业，年销售量的损失平均为22%。这说明，品牌是无形价值的保证形式，在网上购物品牌更为重要，网站成功地秘诀就在于创造一个响当当的网络品牌。

### 二、网络品牌的特征

相对于传统意义上的企业品牌，网络品牌具有以下特征：

1. 网络品牌是网络营销效果的综合表现。网络营销的各个环节都与网络品牌有直接或间接的关系，网络品牌建设和维护存在于网络营销的各个环节，从网站策划、网站建设，到网站推广、顾客关系和在线销售，无不与网络品牌相关，如网络广告策略、搜索引擎营销、供求信息发布等均对网络品牌产生影响。

2. 网络品牌的价值只有通过网络用户才能表现出来的。正如科特勒在《营销管理》一书中所言，“每一个强有力的品牌实际上代表了一组忠诚的顾客”，网络品牌的价值意味着企业与互联网用户之间建立起来的和谐关系。如集中了相同品牌爱好者的网络社区，在一些大型企业如化妆品、保健品、汽车行业、航空公司等比较常见，网站的电子刊物、会员通讯等也是创建网络品牌的有效方法。

3. 网络品牌体现了为用户提供的信息和服务。Google 是最成功的网络品牌之一，当我们想到Google这个品牌时，头脑中的印象不仅是那个非常简单的网站界面，更主要的是他在搜索方面的优异表现，Google可以给我们带来满意的搜索效果。可见有价值的信息和服务才是网络品牌的核心内容。

4. 网络品牌建设是一个长期的过程。与网站推广、信息发布、在线调研等网络营销活动不同，网络品牌建设不是通过一次活动就可以完成的，不能指望获得立竿见影的效果。

### 三、网络品牌策划策略

1. 企业网站中的网络品牌形象建设。企业网站是网络营销的基础，也是网络品牌建设和推广的基础，在企业网站中有许多可以展示和传播品牌的机会，如网站上的企业标识、网页上的内部网络广告、网站上的公司介绍和企业新闻等有关内容。现在很多企业网站的问题是，要么缺乏良好的形象，难以抓住网民的眼球，要么一味追求美观，忽略了搜索引擎的优化设计。因此，一定要充分了解我们在网站建设方面需要做什么，不能做什么。

2. 网络广告宣传中的品牌传播。企业品牌离不开广告，品牌锻造为名牌更需要广告的支持。奥格威曾说过：“每一则广告，都是为建立品牌个性所做的长期投资”。网络广告的作用主要表现在两个方面：品牌推广和产品促销。需要提醒的是，做网络广告，一定要注意目的、方法和实施中的细节。竞争战略大师迈克尔·波特指出：“只有不断坚持自己的战略而从不发生游离才能获得最终的胜利”。保持广告主题和形象的稳定，才能在消费者心中留下明确的品牌形象。

3. 搜索引擎营销中的网络品牌推广。搜索引擎是用户发现新网站的主要方式之一，用户通过某个关键词检索的结果中看到的的信息，是一个企业/网站网络品牌的第一印象，这一印象的好坏则决定了这一品牌是否有机会进一步被认知。网站被搜索引擎收录并且在搜索结果中排名靠前，是利用搜索引擎营销手段推广网络品牌的基础。这也说明，搜索引擎的品牌营销是基于企业网站的营销方法。

4. 电子邮件中的网络品牌建设和传播。由于市场工作的需要，企业每天都可能会发送大量的电子邮件，通过电子邮件向用户传递信息，也就成为传递网络品牌的一种手段。利用电子邮件传递营销信息时，邮件内容是最基本的，品牌信息的传播只有在保证核心内容的基础上才能获得的额外效果。

5. 网上事件营销中的品牌传播。作为一个需要充分利用网络优势打造品牌的企业，必须十分注重公关活动和事件营销。因为品牌的树立和推广需要高度的品牌忠诚和口碑效应。当然，根据企

业规模和实力的大小，在此方面的投入也应有所不同，关键是把握好广告费用和公关费用的平衡。“蒙牛”通过与“神舟五号”的嫁接，加上广告、公关、营销促销的及时跟进，已由行业第四一举上升至榜眼之位，而液态奶部分更是攀升为行业霸主，可谓“牛气冲天”。

6. 持续不断塑造网上品牌形象。对于一些年轻的网上企业可以很快建立起品牌，但没有一家公司能够打破传统营销的金科玉律：永垂不朽的品牌不是一天造成的。想要成为网上的可口可乐或是迪士尼，需要长久不断的努力与投资。在瞬息万变的网上世界中，只有掌握住这个不变的定律，才能建立起永续经营的基石。（作者单位：白城师范学院 经管系）

#### 相关链接

我国中小企业国际化经营中的差异化战略探析  
中国在贸易壁垒中面临的境遇原因及应对策略分析  
企业信用问题与大企业战略偏好  
分销渠道战略设计四步曲  
企业网络品牌策划探析  
煤炭企业同心多元化发展战略分析  
提高情报竞争力是现代企业的基本战略  
开展形象广告是企业实现持续发展的重要策略

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心