



第十八讲（第23章）企业形象调研

Corporate Image Research



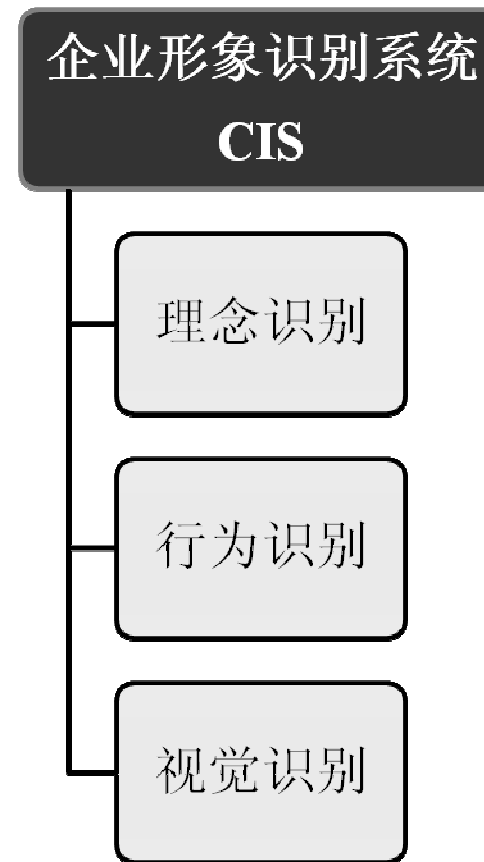
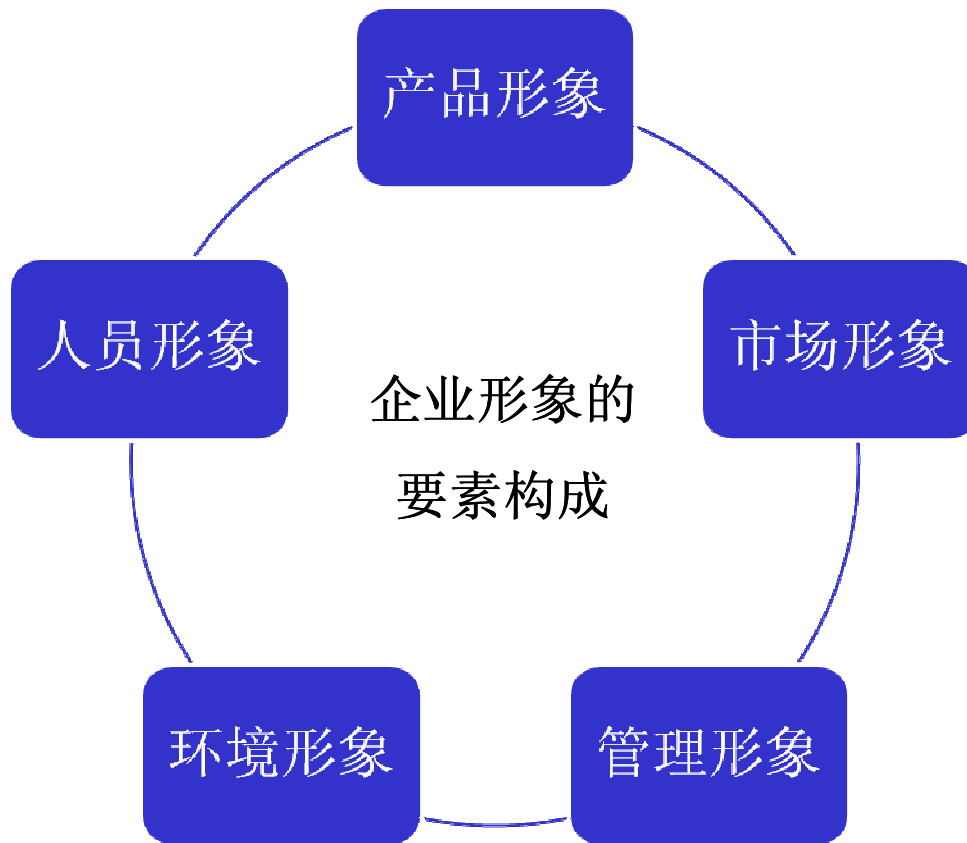
内容提要

- 企业形象与企业形象调研
- 企业形象调研的主要内容
- 企业形象调研的实施



企业形象与企业形象调研

企业形象（Corporate Image）是各类公众对企业的综合评价，是企业的表现与个性在公众心目中的反映。





企业形象与企业形象调研

企业形象的特点

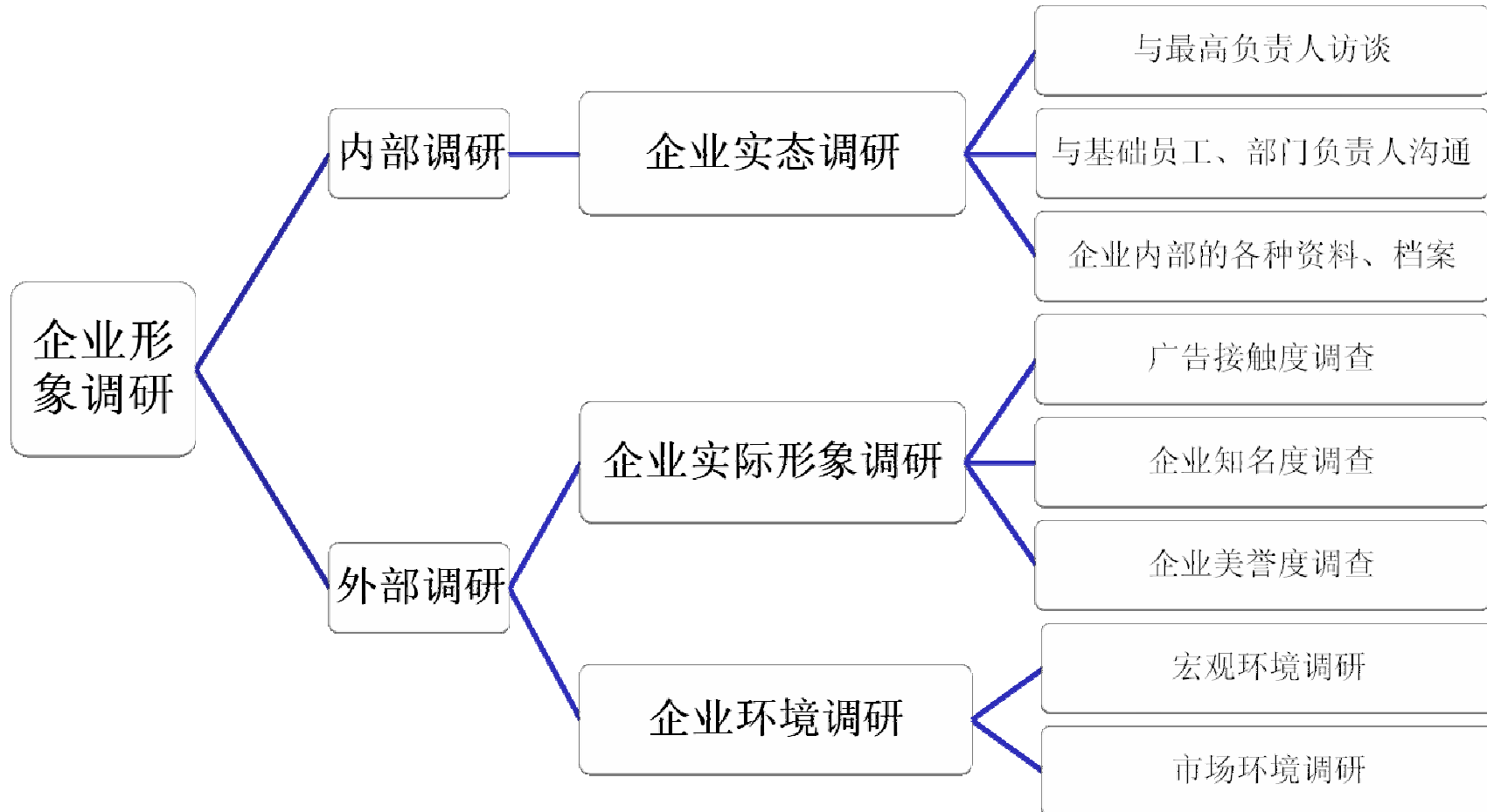
- 综合性
- 主观性
- 客观性
- 可塑性
- 相对稳定性
- 差异性

企业形象调研

- 企业形象调研是针对企业形象开展的、服务于企业形象战略的调研活动。
- 企业形象调研过程就是企业通过自己的眼睛和他人的眼睛重新确认自己，对比“理想中的自己”和“现实中的自己”，最终回答“我是谁？”的过程。



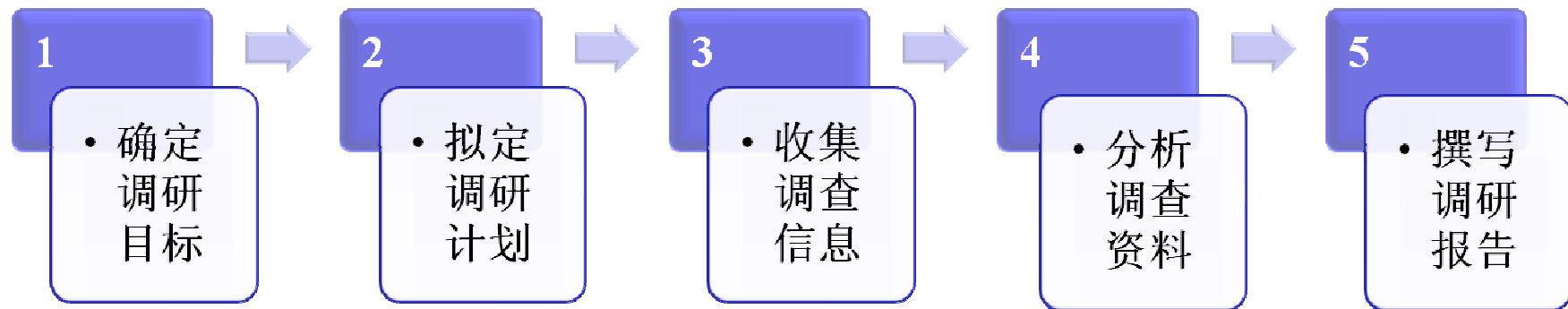
企业形象调研的主要内容





企业形象调研的实施

实施步骤:





如何分析调查资料？

◆ “知名度-美誉度”分析

假设某形象调研活动表明，A、B、C、D四企业的知名度分别为：A（80），B（15），C（30），D（85）。它们的美誉度情况参见下表：

| 评价 \ 企业 | 很好 | 好 | 较好 | 一般 | 较差 |
|---------|-----|-----|-----|-----|----|
| | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.2 | 0 |
| A | 20人 | 60人 | 20人 | | |
| B | | 12人 | 75人 | 10人 | 3人 |
| C | 60人 | 25人 | 15人 | | |
| D | | | 40人 | 55人 | 5人 |

首先，依据上表所示的人数统计和相应的权数，计算各企业的美誉度：

$$\text{A企业美誉度} = 20 \times 0.8 + 60 \times 0.6 + 20 \times 0.4 = 48$$

$$\text{B企业美誉度} = 12 \times 0.6 + 75 \times 0.4 + 10 \times 0.2 + 3 \times 0 = 39.2$$

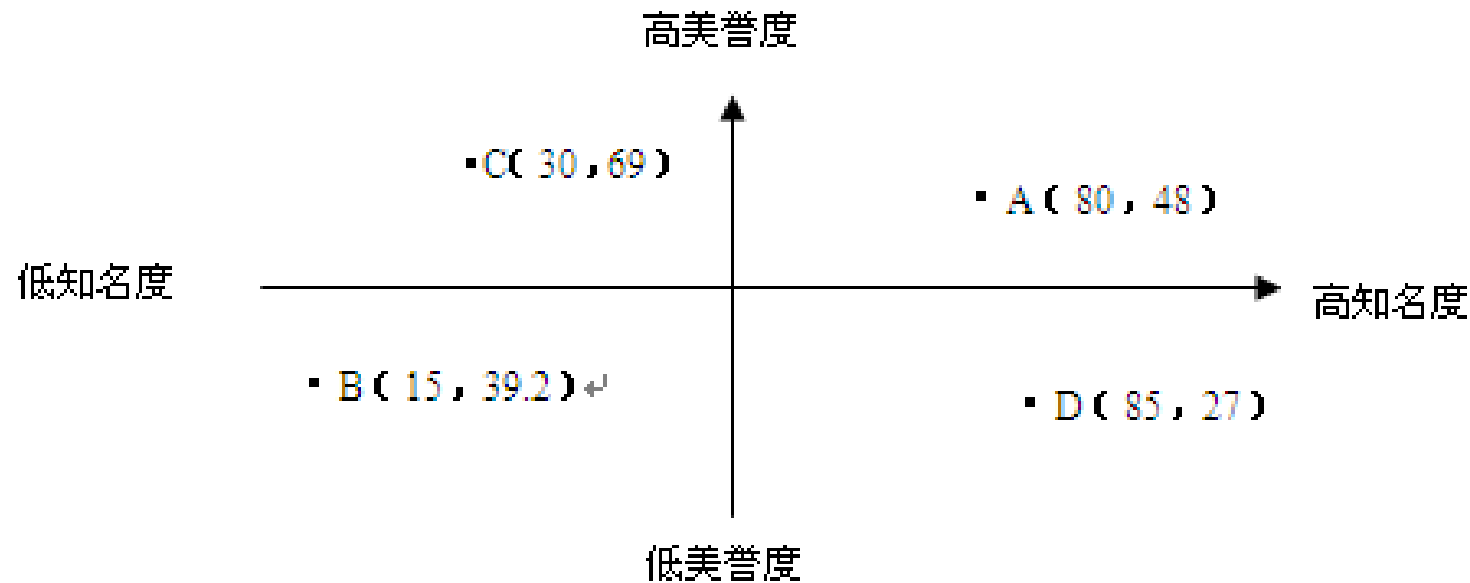
$$\text{C企业美誉度} = 60 \times 0.8 + 25 \times 0.6 + 15 \times 0.4 = 69$$

$$\text{D企业美誉度} = 40 \times 0.4 + 55 \times 0.2 + 5 \times 0 = 27$$



如何分析调查资料？

将四企业的知名度为横坐标、美誉度为纵坐标，便可确定A、B、C、D四企业的企业形象坐标。分别为A（80，48）、B（15，39.2）、C（30，69）和D（85，27）。在企业形象坐标系中标明相应的位置。





如何分析调查资料？

◆ 企业形象要素分析

| 评价 调查 项目 | 非常 | 相当 | 稍微 | 中等 | 稍微 | 相当 | 非常 | 评价 项目 |
|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----------|
| | 1.0 | 0.8 | 0.6 | 0.5 | 0.4 | 0.2 | 0 | |
| 产品形象好 | 65 | 25 | 10 | | | | | 产品形象差 |
| 经营形象好 | | | 25 | 65 | 10 | | | 经营形象差 |
| 管理形象好 | | | | 15 | 20 | 65 | | 管理形象差 |
| 外观形象好 | | | | 10 | 20 | 60 | 10 | 外观形象差 |
| 发展形象好 | | | 10 | 20 | 10 | 60 | | 发展形象差 |
| 员工形象好 | | | | | 25 | 55 | 20 | 员工形象差 |

计算每个形象要素的总分：

$$\text{产品形象} = 65 \times 1 + 25 \times 0.8 + 10 \times 0.6 = 91$$

$$\text{经营形象} = 25 \times 0.6 + 65 \times 0.5 + 10 \times 0.4 = 51.5$$

$$\text{管理形象} = 15 \times 0.5 + 20 \times 0.4 + 65 \times 0.2 = 28.5$$

$$\text{外观形象} = 10 \times 0.5 + 20 \times 0.4 + 60 \times 0.2 + 10 \times 0 = 25$$

$$\text{发展形象} = 10 \times 0.6 + 20 \times 0.5 + 10 \times 0.4 + 60 \times 0.2 = 32$$

$$\text{员工形象} = 25 \times 0.4 + 55 \times 0.2 + 20 \times 0 = 21$$

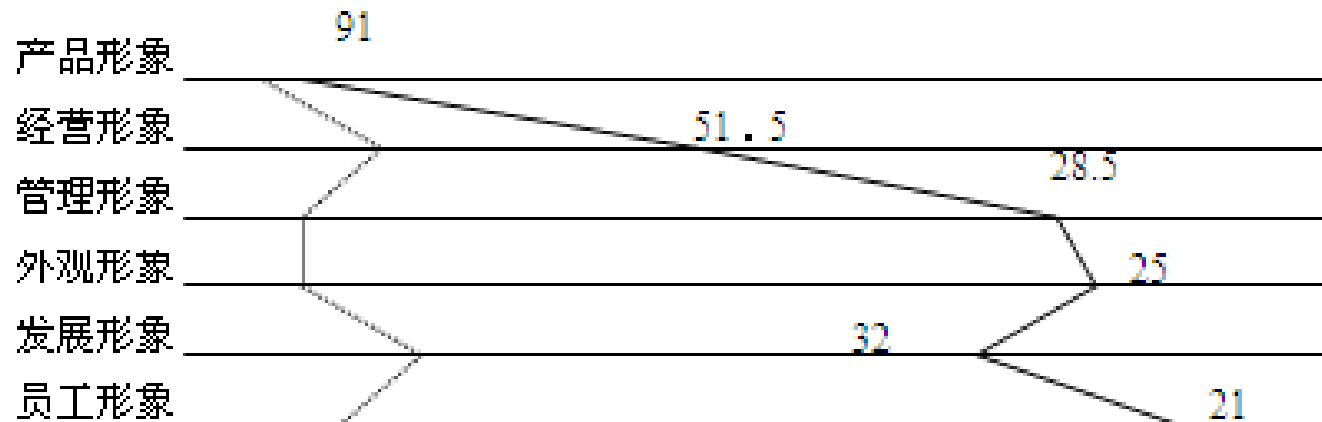
该企业形象总体不佳的原因在于除产品形象外，其余的形象要素都不理想，尤其是员工形象和外观形象欠缺。



如何分析调查资料？

◆ 企业形象距离分析

1. 取数量标尺，然后将量化的企业形象要素相应地标出，并连接成线，表示目前企业形象的位置。
2. 以虚线同样标出企业理想形象的位置。
3. 两者比较便可了解每一种形象要素的差距。



- 如果用虚线标示竞争者的形象位置，则可得出本企业与竞争对手的形象差距。
- 如果虚线表示的是企业历史形象位置，该形象距离图便可比较企业形象变化的情况。