

「輔導台灣企業建立品牌管理系統」

適用：第 1 年接受輔導之廠商與品牌顧問公司（初次輔導）

限用：限接受輔導具潛力發展品牌之企業

輔導項目		輔導內容
一	品牌願景	品牌建立活動的成功，繫於一句或一段有關公司目標與方向，用來鼓勵員工的發表聲明。願景是針對公司內部的人員，讓員工對邁向品牌之路的長期目標有所冀望。
		請述明公司是否已擬定品牌願景，以及如何直接對內部員工發表？（如有願景請說明願景的意涵；如無願景，希望品牌顧問公司如何協助你？）
二	品牌文化與價值	品牌文化係指賦予品牌豐富的文化內涵，建立鮮明的品牌定位，並利用各種強而有效的內外部溝通與傳輸方式，讓消費者對品牌產生高度認同，同時創造品牌信仰形成強烈的品牌忠誠。 品牌價值是消費者心目中所秉持的堅定信念、原則與認同度，可以改變與塑造消費者與產品間之體驗。
		公司的企業文化或品牌文化是什麼？公司的品牌文化是否已拉近品牌與消費者的距離，增進消費者對品牌的好感與美好的聯想？（如公司已有企業文化與品牌文化，請詳細說明內涵，並說明企業文化與品牌文化是相同的嗎？如不瞭解什麼企業文化或品牌文化，希望品牌顧問公司如何協助你？）
三	商業經營模式	轉型到邁向自有品牌的企業的關鍵，在於考慮商務營運與品牌策略的適當整合，也是穩固基礎的步驟。資深管理階層必須決定公司所有的商務營運都與品牌目標一致。
		請詳細說明公司是否已經非常清楚未來的商業經營模式，比如說 OEM/ODM 與 OBM 之比例；或是未來計畫發展為全 OBM 公司？ （如貴公司已規劃現階段 200？年至 200？的 OEM/ODM 與 OBM 之比例；如未規劃 OEM/ODM 與 OBM 之比例，希望品牌顧問公司如何協助規劃定 OEM/ODM 與 OBM 模式，甚至代工與品牌完全分家？）
四	品牌承諾與支援	資深管理階層的承諾與支援，最重要的是來自於首席執行長的承諾與支持；知名的品牌事業的成功與維持，其的背後一定要有首席執行長的絕對支持。
		<ol style="list-style-type: none"> 1. 如何要求每個事業單位與機能性部門，寫下全面品牌管理的章程報告，這份報告書必須揭露權責單位或部門，瞭解品牌的目標 2. 部門如何支援達成全面品牌管理的目標，以及部門採用何種矩陣來追蹤計劃的進度。 3. 來自品牌信仰的一種使命感，讓公司員工相信品牌建立會對公司產生重大

		的影響。如何讓企業轉變成有效率創立自有品牌的事業體？。
五	品牌定位	<p>品牌定位是一種基本的行銷概念，對台灣企業在創立自有品牌的路上與對手競爭時，扮演重要的角色。品牌定位提供策略發展的基礎，也代表公司在市場上想要呈現的形象。</p> <p>公司是否有規劃品牌定位？是否有訂定目標市場定位以及目標消費者(顧客)定位？ (公司如有品牌定位、目標市場定位、目標消費群定位請詳細陳述；如無希望品牌顧問公司如何協助你？)</p>
六	品牌識別	<p>品牌識別與品牌形象並非同一件事，品牌識別是一種身分的表徵，它是名稱、象徵、符號、色彩、人格(模樣和觸覺)以及關鍵聯想/屬性的結合體，透過這些元素釋放的暗示或訊息，讓消費者能用於尋找與判斷品牌的意義。品牌形象則是從公司外部的觀點來看待品牌如何被消費者認知。為突顯企業形象運用各種計畫與策略，發展出一套最適合企業內外經營的環境，以獲得消費者的認知與信賴，進而達成銷售產品的目的。</p> <p>公司是否有建立一套完整的企業識別系統(CIS)以統合整個企業的以包括辦理促銷活動、國內外展覽活動以及對內對外的文件統一等。以獲得消費者的認知與信賴，進而達成銷售產品的目的，(公司已有完整企業識別體系手冊，包括品牌及品牌命名等需再作修訂？如公司完全沒有企業識別概念，希望品牌顧問公司如何協助你？)</p>
七	其他品牌輔導顧問公司專業看法	