

## 开展形象广告是企业实现持续发展的重要策略

文/刘芳 郝欣 吴翠珍

当今世界,随着科学技术的不断进步,整个社会的产品质量不断提高,产品差异化不断减少。企业间的竞争,已不再是产品质量和价格的竞争,而是上升到了企业形象的竞争。企业应该通过各种媒体的宣传来塑造企业自身的良好形象,让广大消费者了解企业,促进消费者企业产品忠诚度的形成,从而促进企业产品价值的实现,最终实现企业经营目标。

### 一、企业开展形象广告的作用

随着生产力的发展和科学技术的进步,不同企业的同类产品在本成本、性能、质量、价格等方面的差异越来越小。当消费者对产品的差异性难以把握时,企业形象对消费者行为的影响就变得尤为重要了。消费者对企业的信任程度、对企业产品的接受程度,首先取决于对企业的一种文化、情感上的认同,这种认同的核心便是企业的社会形象。良好的企业形象是影响预期消费者购买的重要因素之一。现代企业若要最大限度地扩大自己的影响力,增加自己的市场竞争力,就必须投入一定资金用于广告,策划、建立起一个与众不同的企业形象。

企业形象广告又称公共关系广告,是广告的一种特殊形式,是一种以增强企业的知名度和美誉度、争取公众对企业的信赖与支持为目的,通过一定的媒介把企业的有关信息有计划的传递给公众的广告形式。具体来说,企业形象广告就是通过生动的、富有成效的文字及图像等媒介,向社会公众宣传企业实力及企业优良产品的质量、特点和作用,传递企业的价值观、经营理念及社会责任感等,通过与消费者和广告受众这种深层的交流,增强企业的知名度和美誉度,使消费者对企业留下深刻的印象,产生对企业及其产品的信赖感。

优秀的企业形象广告可以在消费者心中留下良好的印象,产生对企业的情感认同,从而对企业的经营和产品的销售产生巨大的影响,并对企业提高自身的社会地位、在社会中发挥其影响力以及从社会上吸引更多的人才、加快发展等十分有效。

### 二、企业开展形象广告的创意要求

#### (一) 视觉形象要鲜明

企业形象首先表现为企业的外在物质形态,包括企业建筑设备、产品及其包装装潢、品牌名称、商标、标识等要素,也就是CIS(企业形象识别系统)中的VI(企业视觉识别)所要传达的基本内容。企业形象的塑造是使公众从视觉上感受到本企业与其它企业的不同,形成对企业独有特征的强烈印象,而企业形象广告的主要任务就是综合运用各种媒体把企业的自身特点反映出来,以其特有的形象赢得公众的认同。

#### (二) 企业理念要突出

企业理念是企业在其进行市场定位时所奉行的一整套企业经营观念、员工价值取向等,即CIS中的MI(企业理念识别)部分,包括企业的管理哲学、经营理念、价值观、企业精神等。企业理念是企业形象的精神内涵,是企业经营管理的指导原则,在很大程度上影响着企业的发展。企业形象广告突出企业理念,能够让社会公众更好更直接的了解企业的宗旨、文化等内涵。如电视中播放的红塔集团的形象广告——“山高人为峰”,画面波澜壮阔,既反映出红塔集团气吞山河的气魄,又反映出企业“以人为本”、人先于物的经营理念,同时,还体现出企业敢于直面困难、不断拼搏进取的精神。四川长虹电子集团“长虹以产业报国,民族昌盛为己任。太阳最红,长虹更新”的广告,将长虹集团深厚的爱国主义精神与强烈的民族历史责任感,传递给广大的消费者,触动消费者的心灵,同时也把长虹不断进取、服务社会的美好形象牢牢地树立起来。

#### (三) 精神情感要丰富

企业形象的传播对象是市场的广大消费者,所以企业形象广告的策划及代表企业产品的广告语言要富于情感,充满人情味,从而拉近企业与消费者的距离,更好的与消费者进行沟通。企业形象广告要求挖掘人们心中的各种情感需要,使之与企业产品巧妙吻合,激发公众潜在的购买欲。企业形象广告的作用是润物细无声的,所以形象广告一定要注重人性化,充满人情味,以情感打动消费者的心。如孔府家酒的“孔府家酒,叫人想家”、飞利浦的“让我们做的更好”、爱多“我们一直在努力”、中国电信“用心服务,编织未来”等,都让消费者倍感亲切,从内心深处打动了消费者,从而树立起颇具亲和力的企业形象。

#### (四) 民族文化要浓厚

广告是一种文化,企业形象广告作为广告的一种形式,自然也是一种文化,它受社会文化、民族文化的影响,并构成广告文化的一部分。把企业形象与文化融为一体,尤其是与特定区域中的

特定民族文化相融合，就能取得该特定区域中民族大众的认可，从而使该企业在这一特定区域、民族中取得情感认同，赢得情感优势。广告文化植根于民族文化的土壤，在企业形象广告创作过程中巧妙融入民族文化，并充分挖掘、展示民族文化的独特魅力，是实现形象广告有效传播的重要环节。

总之，形象广告是企业形象传播与推广的重要途径和手段，是企业对外扩展行为的重要方式之一。在市场竞争日趋激烈的情况下，及时、恰当的利用形象广告来为企业树立良好而鲜明的公众形象，获得市场消费者对企业的认同和支持，对企业来说是一项必要的、具有长远利益的基础工作和战略措施，同时也是保证企业在今后多变的市场环境中持续、健康发展的重要策略。

（作者单位：陕西科技大学管理学院）

#### 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