

如何打造品牌化营销工具 新型的工业品牌营销方式

博扬工业品牌营销
张东利

Beyon

基本概念

工业品品牌策划
工业品营销工具
工业品营销工具的品牌化
品牌化营销工具箱

塑造工业品（B2B）品牌的八个步骤

确立品牌定位

- 分析行业、竞争、客户、企业，发现品牌机会，提炼品牌核心价值，建立品牌导向的发展战略

建立品牌识别

- 品牌个性是品牌识别中最具有活力和传播力的要素。品牌个性能最大程度激起客户情感共鸣，是最具差异化的传播要素。

建立对内传播系统

- 品牌基本法，品牌共识会，品牌理念的视觉化传达

建立对外传播系统

- 包含：传播策略，传播对象，传播内容，传播工具（营销工具），传播平台

打造品牌化营销工具

- 企业宣传册、产品样本、企业网站、行业杂志广告、企业宣传片、展会、技术动画片、PPT等

运用整合传播策略，制定年度和阶段性传播主题，对内和对外展开传播

- 配合企业全年营销策略，聚焦资源，围绕年度和阶段性传播目标，有计划地进行传播

管理好每一个品牌接触点

- 调研和分析客户在每一个品牌接触点上的现状，并进行精细化管理，提高客户对品牌的体验度

关注和运用新型的品牌营销工具：网络，微博，企业社会责任，公益活动等

- 在网络和社会营销时代，营销方式要不断创新，要勇于采用新型的营销方法

什么是工业品（B2B）营销工具？

- 工业品营销工具就是与销售过程相关的、能够影响销售结果的、与客户相接触的、辅助销售人员向客户传达公司品牌形象、企业文化、公司实力，以及传递客户利益点、说明产品优势和性能等的文件、资料、空间展示、声音图像或多媒体等载体。
- 简单地说，工业品营销工具就是协助销售人员达成交易的各种传播载体。



工业品营销工具为何重要（1）

- 对营销系统成熟的工业品客户而言，一旦营销策略清晰了，这时候要考虑的就是用什么**武器和装备**、拿什么工具给销售员去前线打仗。



工业品营销工具为何重要（2）

- 强大的工业品营销工具代表着强大的**战斗力**。冷兵器时代的数百人，难以抵挡以现代化武器装备的一个特种兵。其唯一的区别在于作战工具的不同。



VS



工业品营销工具为何重要（3）

- 工业品营销好比一场战争，在既定的战略基础上，我们需要考虑用什么军种、什么武器来攻城略地，是使用核弹？坦克？大炮？还是适合巷战的机关枪？手雷？



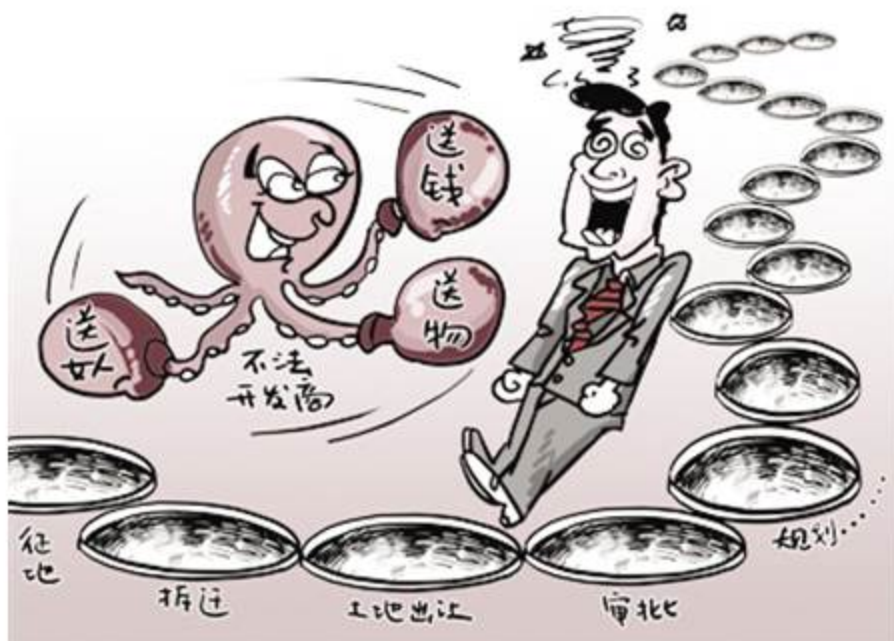
工业品营销工具为何重要（4）

- 强大的工业品营销工具重新定义了人的因素。在工业品营销战场上，如果营销工具不够强大，那么企业更多地依赖销售员个人能力的发挥，销售员个人能力的不稳定性和流动性，将使企业面临很大的经营风险。



工业品营销工具为何重要（5）

- 没有强大的营销工具，销售人员成本在营销成本中所占的比例会逐步升高，难以控制。营销工具能够复制，边际投入递减，收益事半功倍。通过打造强大的营销工具，能有效降低销售人员成本，获得稳定业绩提升。



工业品营销工具包括哪些



工业品营销工具只有经过**品牌化**才能变得强大，没有经过品牌化的营销工具是软弱无力、没有战斗力的

- 品牌化营销工具就是在营销工具的策划和传播中始终注入品牌的理念，积极塑造品牌形象，创造品牌差异化。



营销工具如何进行品牌化的整合？

要充分了解各种工具所扮演的角色，洞悉相互之间的关系。处理好每种工具在品牌传播中扮演的角色，赋予相应的品牌传播任务



角色例举

• 宣传册

传递品牌
形象和综合
实力

• 产品 样本

传递产
品优势
和产品
利益

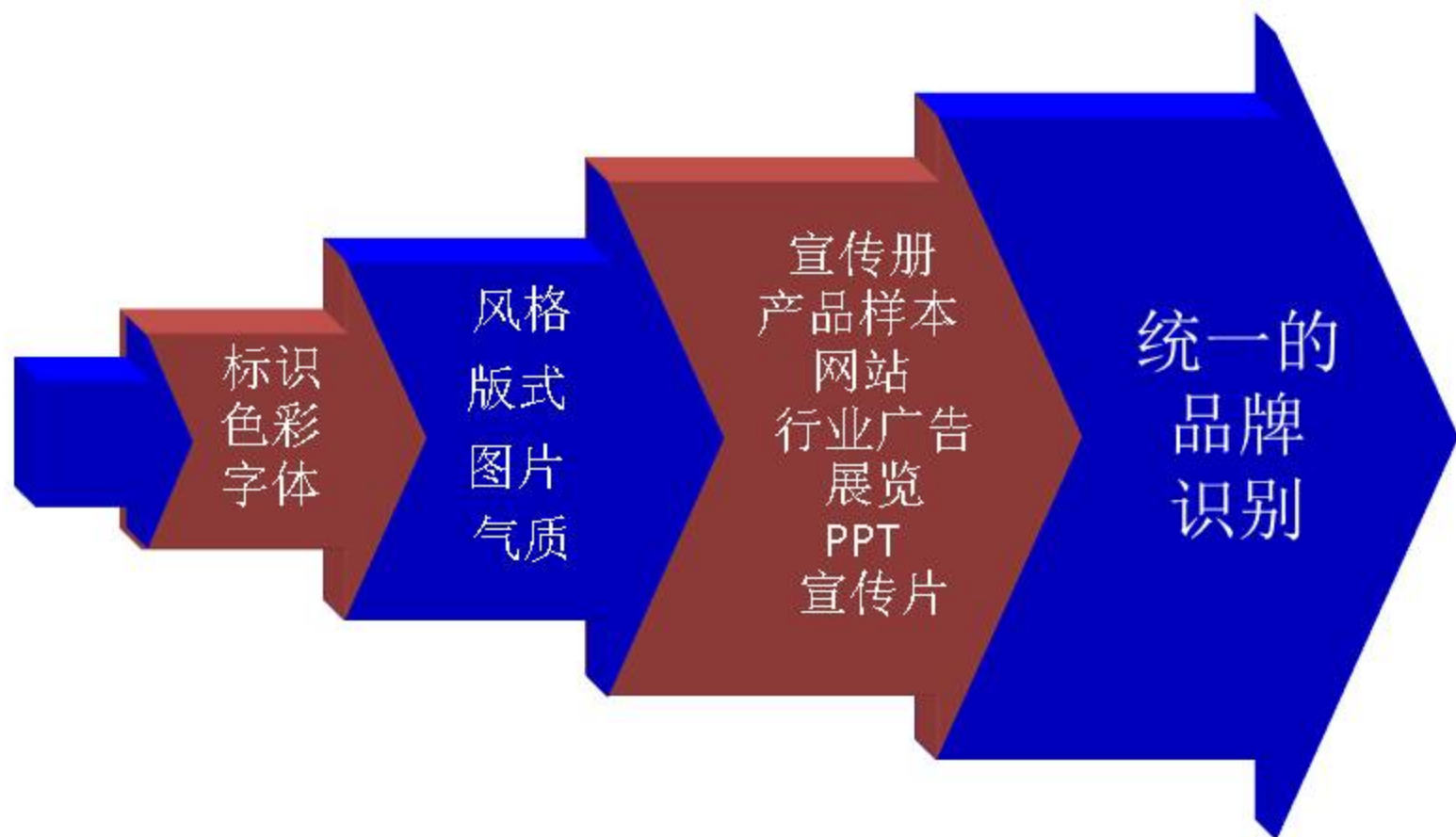
• 企业 网站

传递企业
品牌形象
和企业整
体实力

• 行业 展览

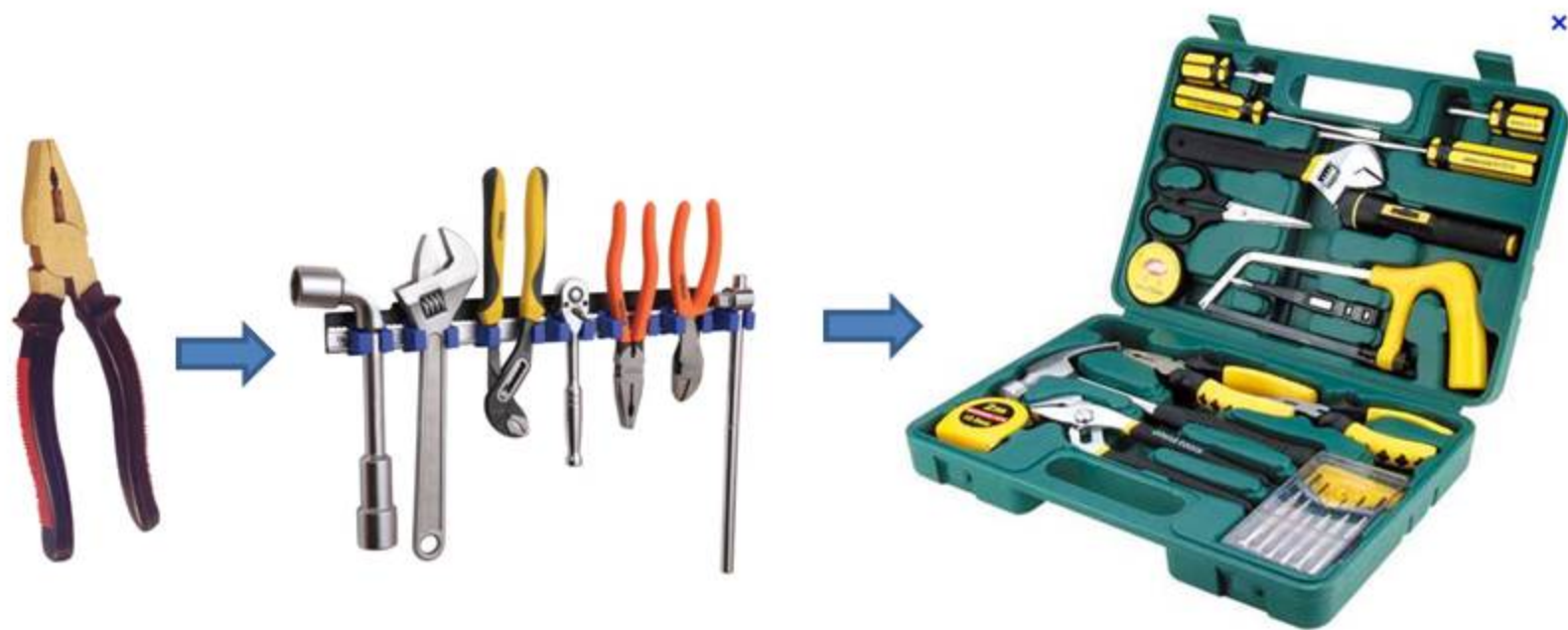
争取行
业地位，
深化客
户关系

用统一的品牌视觉识别对各种营销工具进行整合，形成传播上的联动，产生强大的传播力



品牌化营销工具箱（1）

- 工业品牌营销是立体化、全方位的营销，每一个销售工具只能承担营销中的一小部分角色，任何一个工具都不能包打天下。要有计划打造有自己特色的工具箱，给销售人员以强大的“火力”支持。



品牌化营销工具箱（2）

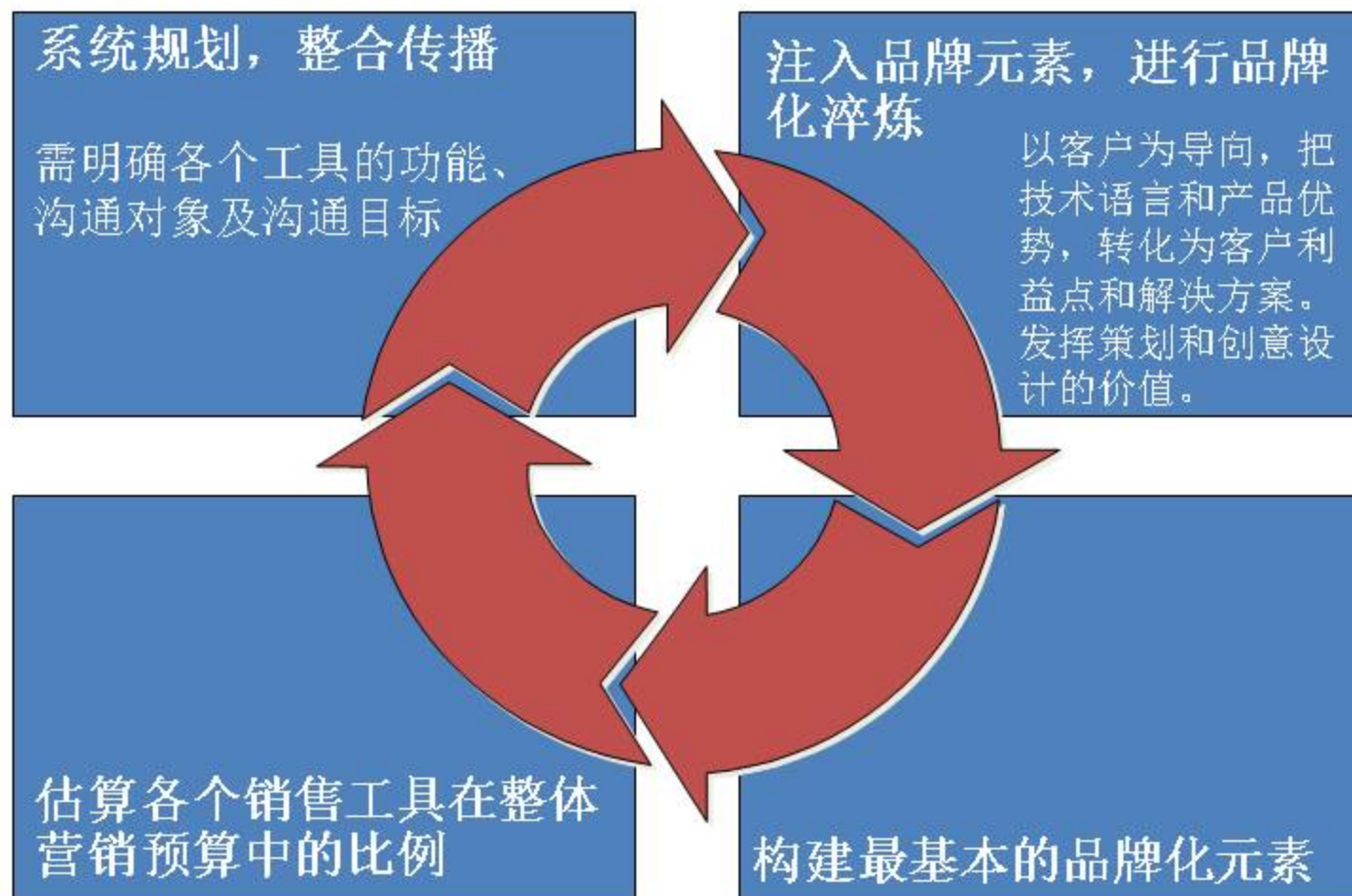
- 品牌化销售工具不是一成不变的，要不断创新升级。随着竞争加剧和行业销售工具的平均水准不断提高时，再有效的销售工具也难免会被模仿和超越。



山特维克可乐满如何做到品牌化营销工具的一致性



打造有效的营销工具必须贯彻的四点思想



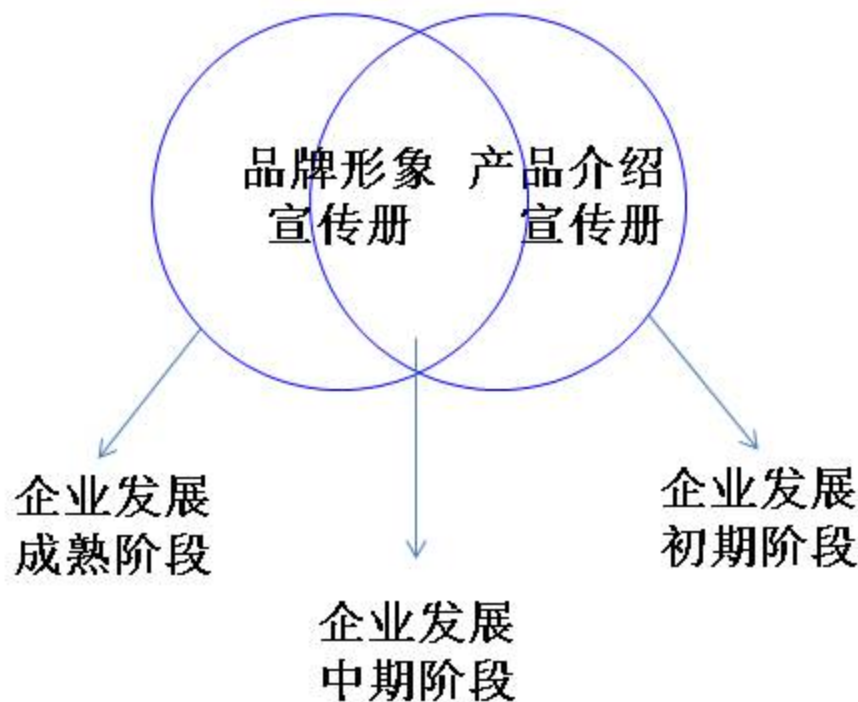
如何打造品牌化营销工具

1. 企业宣传册的创作

如何创作有销售力的企业宣传册（1）

第一，要明确企业宣传册的定位，做到有的放矢。

Brochure



如何创作有销售力的企业宣传册（2）

第二，根据确定好的宣传册的形式，合理地进行内容的策划和资料的收集与梳理。

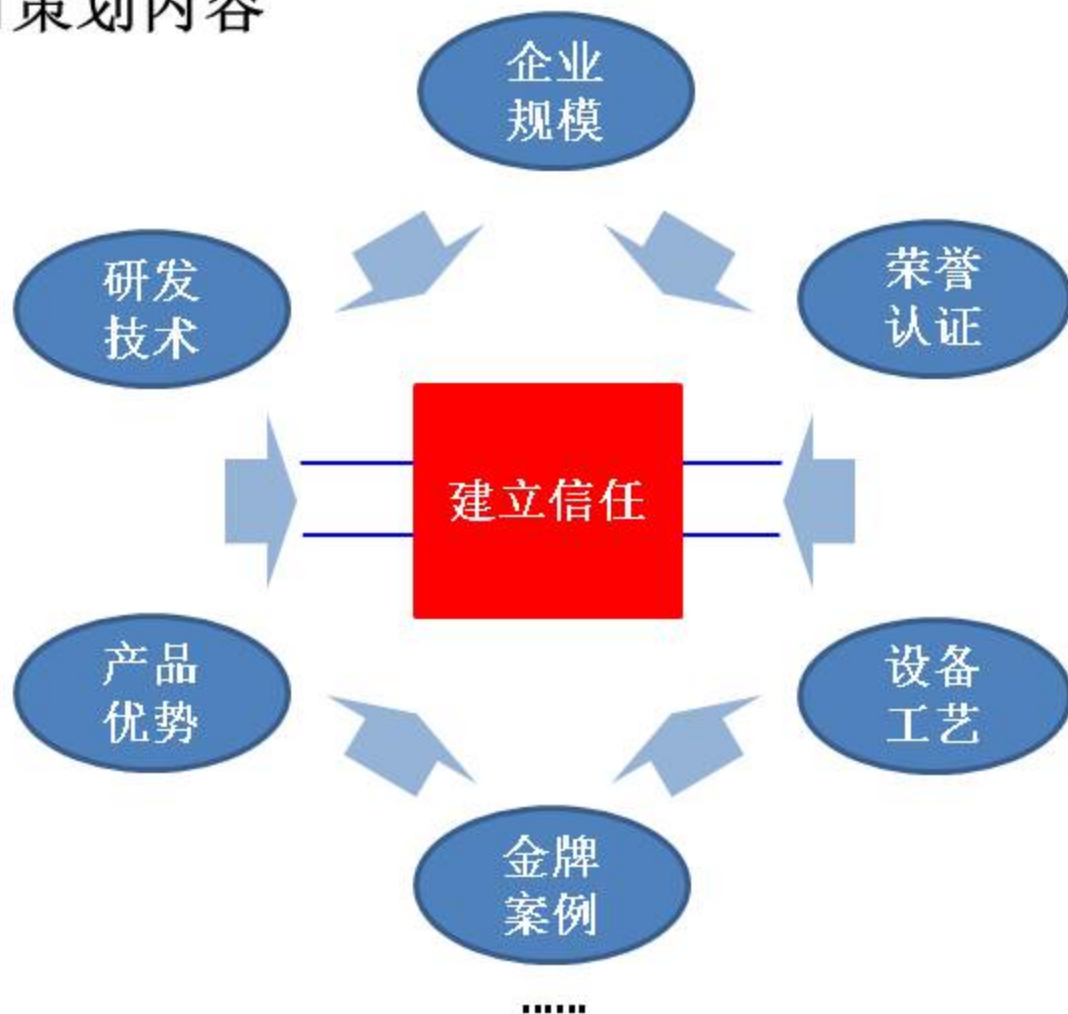
企业宣传册=企业宣传片
= 商务提案



目的：突显品牌，赢得信任！

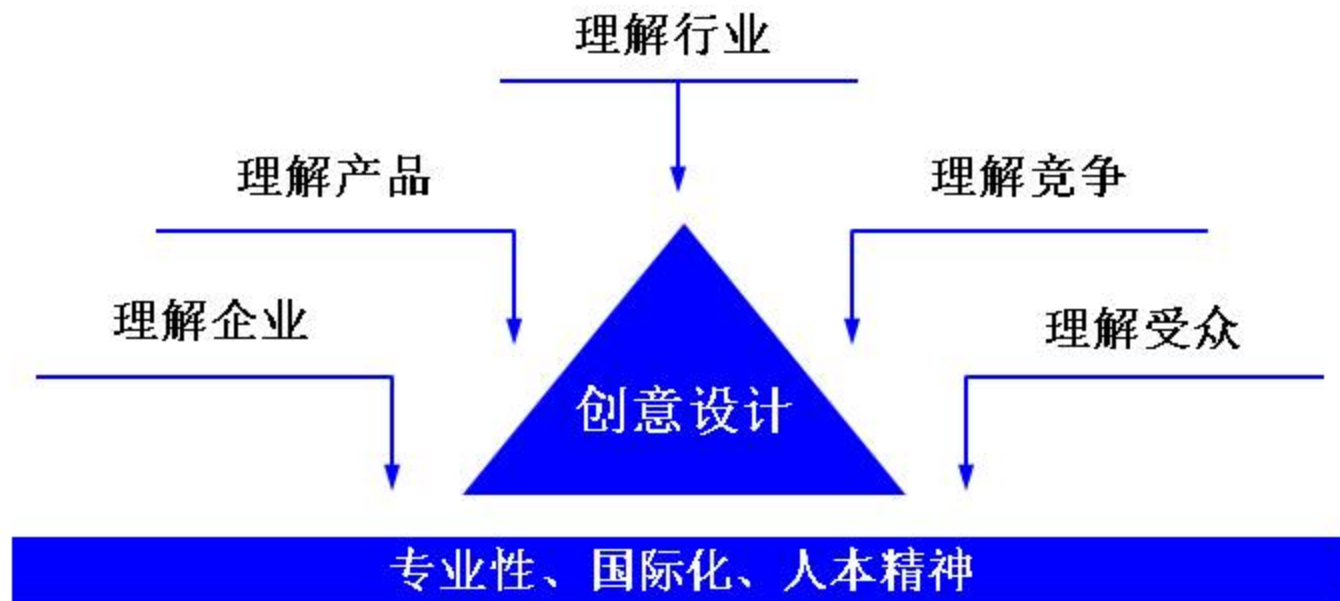
如何创作有销售力的企业宣传册（3）

第三，如何策划内容



如何创作有销售力的企业宣传册（4）

第四，如何进行创意设计



如何创作有销售力的企业宣传册（5）

第四，企业宣传册创意的三原则

专业化形象

- 是工业企业的基本属性，是客户信赖你的关键要素

国际化形象

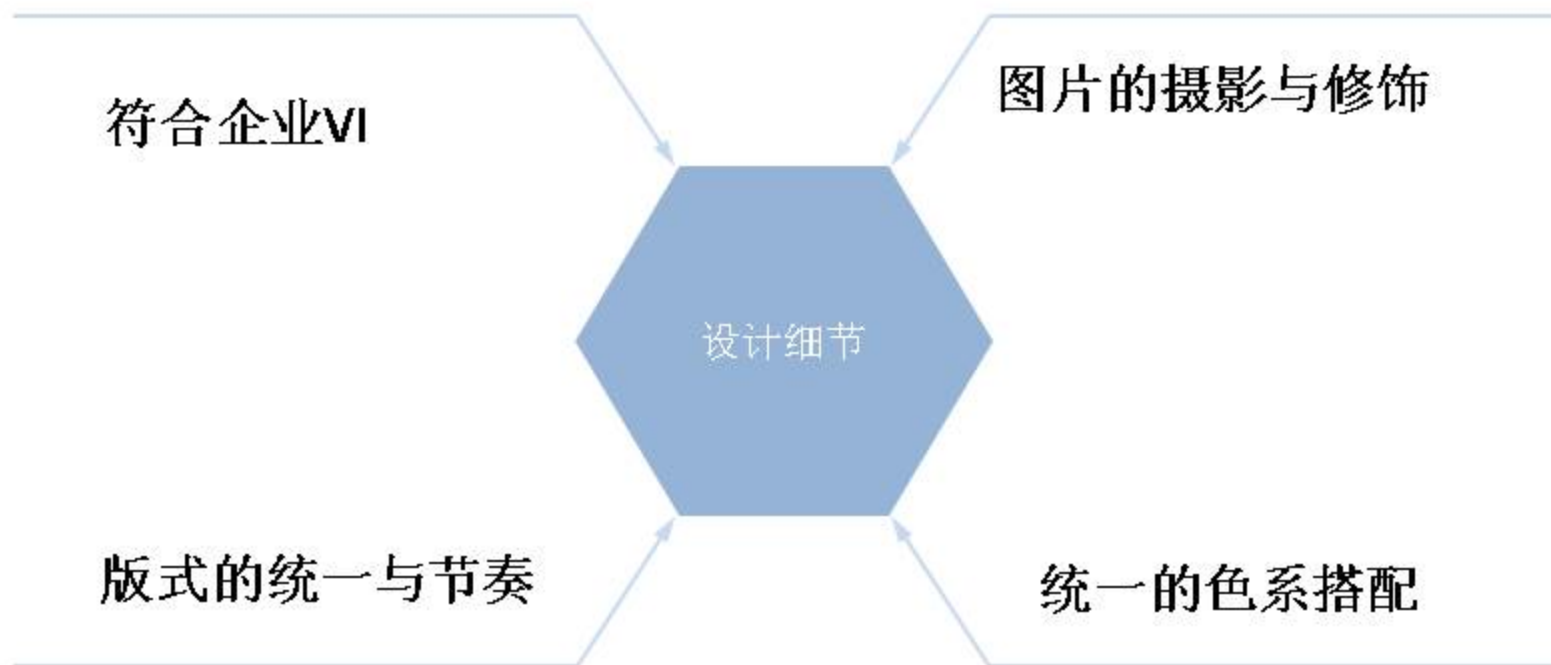
- 能够极大提升品牌力，给客户以信心。

人本精神

- 体现着社会责任，能够赢得客户的好感，同时迈向了更高的社会营销层面。

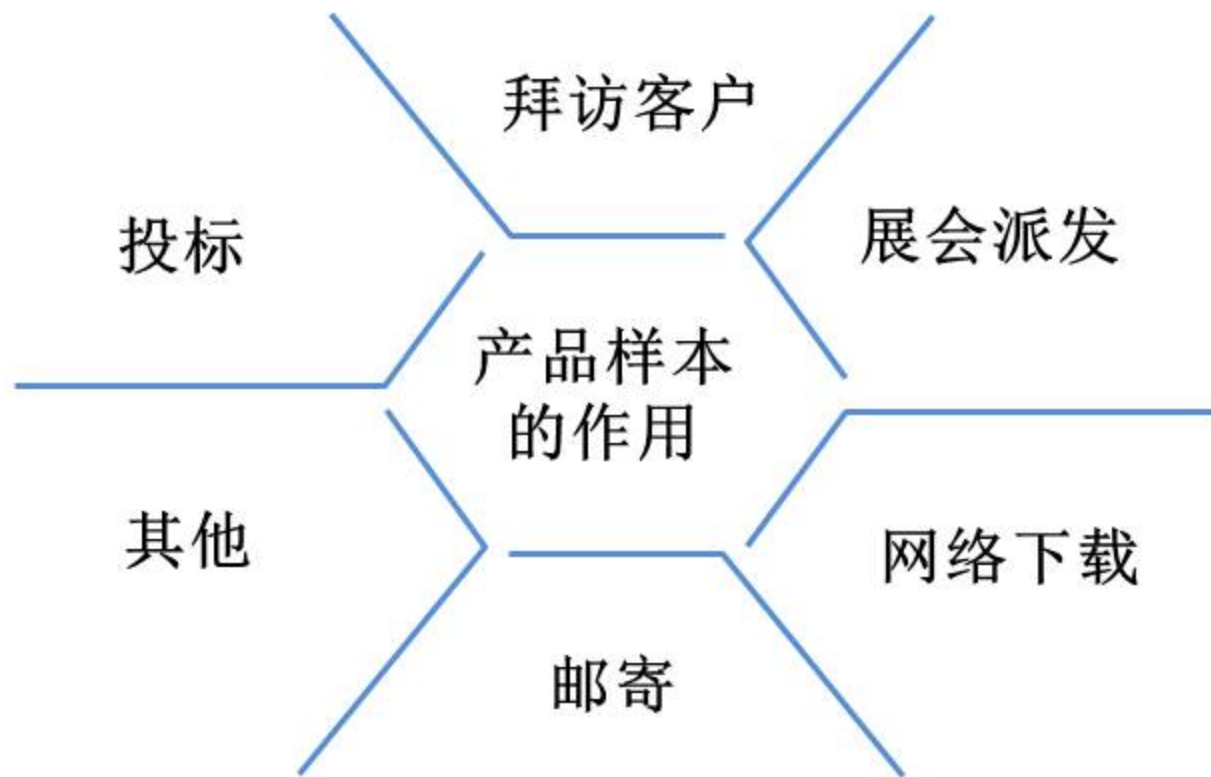
如何创作有销售力的企业宣传册（6）

第五，企业宣传册创意细节上的把握



如何创作有销售力的产品样本（1）

产品样本的主角一定是产品，这是与企业宣传册进行区分的最主要方面。



2. 产品样本的创作

如何创作有销售力的产品样本（2）

- 产品样本创意设计与制作的好坏，直接影响到客户对你的产品的潜在定位与评价

产品样本=
产品的一
部分



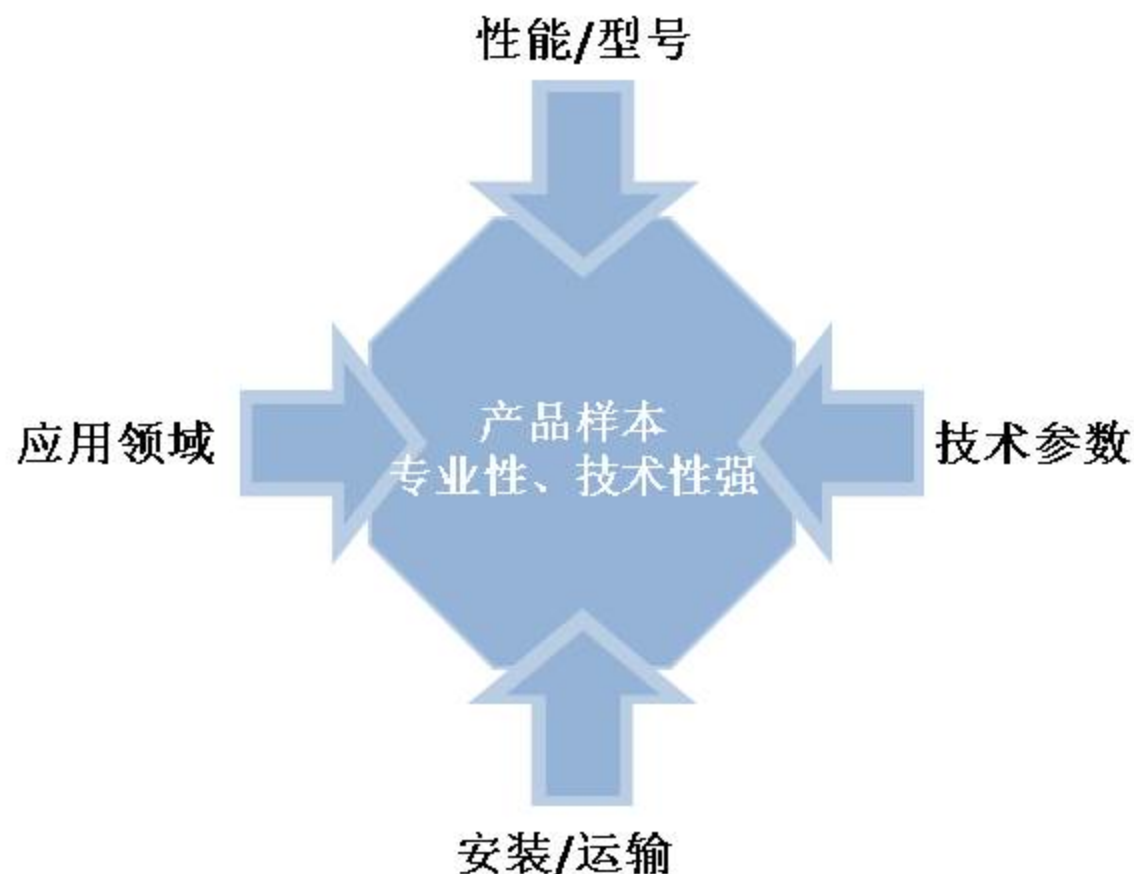
好产品样本=高品质产品



不好的产品样本=差品质产品

如何创作有销售力的产品样本（3）

表面上来看，产品样本在内容策划上留给我们的空间很小。



如何创作有销售力的产品样本（4）

用高度概括的文字或视觉符号，将产品的技术优势转化为市场优势，跟用户的利益点进行直接的挂钩。



如何创作有销售力的产品样本（5）

- 如何发掘客户利益点和产品的市场优势

对技术问题提问：

你的技术或产品优势对客户意味着什么？

我们把客户的利益点，分为几大类：

- 提升效率
- 降低成本
- 减少维护
- 提高品质
- 节能环保



如何创作有销售力的产品样本（6）

- 产品样本创作原则和基本版式

创作原则

专业

简洁

规范

基本版式

品牌形象部分



产品品类概述
部分



产品性能和技术
参数部分

3. 行业杂志广告的创作

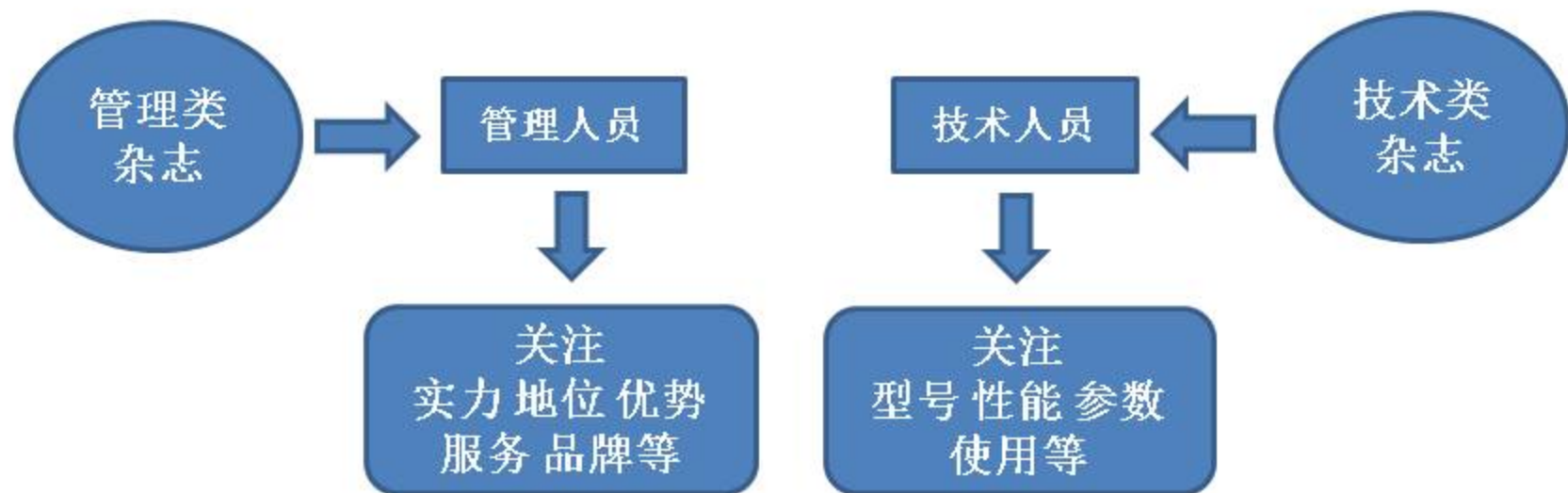
如何创作有销售力的行业杂志广告（1）

- 工业品营销和传播针对的都是行业客户，目标客户分散，数量有限，大众媒体广告难以到达，而行业杂志广告作为小众媒体却发挥着重要作用。



如何创作有销售力的行业杂志广告（2）

- 行业杂志按照读者对象，分为管理类和技术类。这两类读者群的阅读关注点和偏好度存在明显差异，只有在明确行业杂志的读者定位后，才能有针对性根据读者的关注点和偏好度，对广告内容进行策划，做到有的放矢，创作出有效的广告。



如何创作有销售力的行业杂志广告（3）

- 管理类行业杂志广告以塑造工业企业品牌形象为主，提供的是感性价值。技术类行业杂志广告以塑造产品优势为主，提供的是理性价值。



感性价值



理性价值

如何创作有销售力的行业杂志广告（4）

- 无论是哪类杂志广告的创作，一定要体现出国际化和专业化。国际化代表着企业 and 品牌的高度，专业化代表着信赖和可靠。



如何创作有销售力的行业杂志广告（5）

- 广告信息的安排

- 客户花了钱买了版面，总想传达更多的信息，认为这样才对得起投入，其实在信息爆炸时代，少就是多。
- 读者看了一则广告，最多只能记住一条信息。
- 你所有的火力只能瞄向一个目标：在繁杂的信息里，提炼一条最有效的信息，可能是企业的核心竞争力，一个独特的卖点，一项领先的技术或一项独特的服务。
- 每一则广告只能传递一条这样的信息。



4. 企业网站的策划

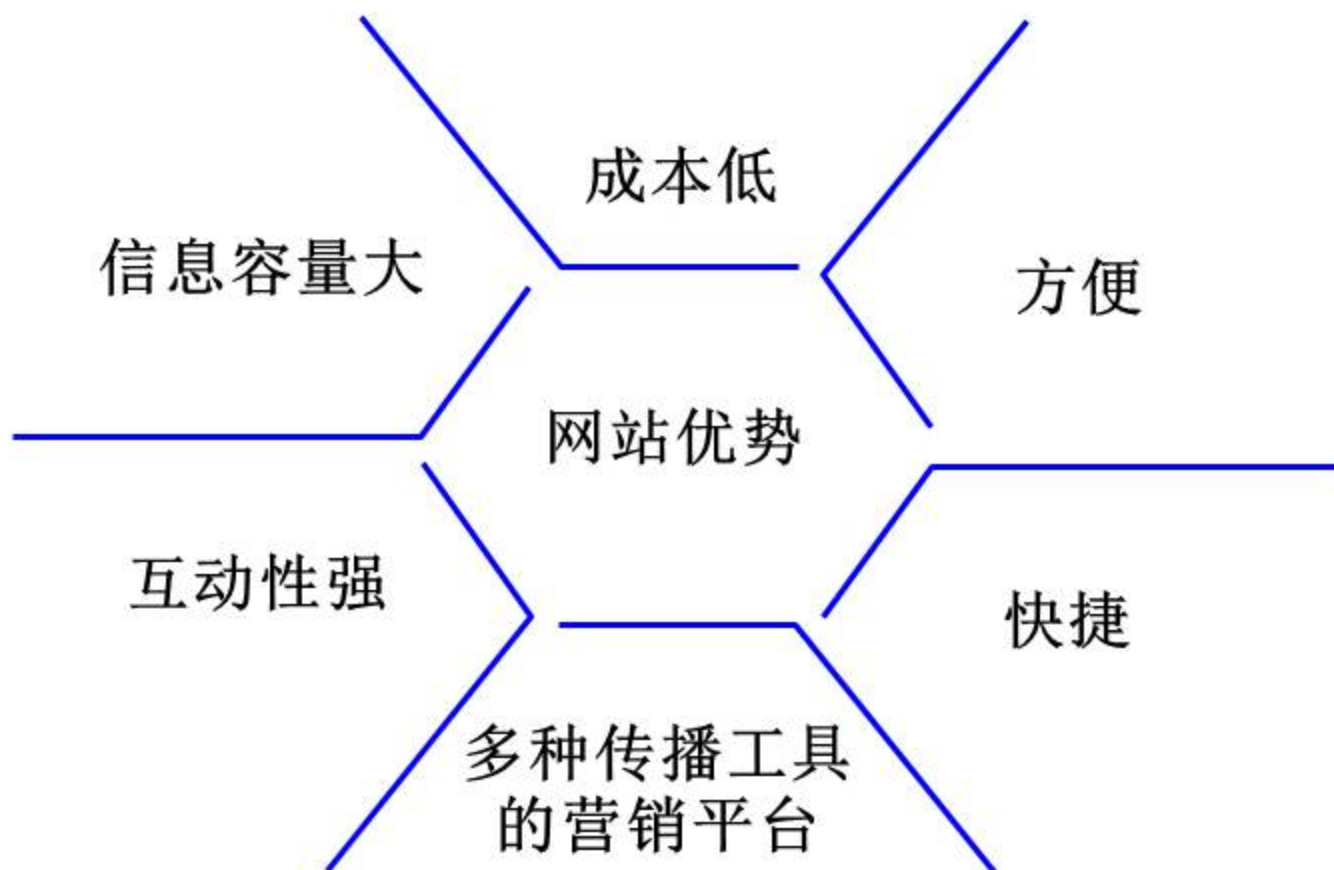
如何策划创作有销售力的企业网站（1）

- 与多数人看法不同，其实工业品企业网站对营销和品牌传播的重要性要远超大众消费品网站。



如何策划创作有销售力的企业网站（2）

- 工业品网站是潜在客户了解企业最方便、最经常的途径，具有其他营销传播工具无法比的优势。



如何策划创作有销售力的企业网站（3）

- 工业产品的采购和决策群体上网的比例逐年增大，并习惯于通过网络寻找供应商和产品信息
- 网站作为工业企业重要的营销和品牌传播阵地，对未来发展十分重要



图 9 2009.12-2010.12 网民年龄结构

如何策划创作有销售力的企业网站（4）

- 内容的深度决定了网站的“信任深度”。
 - 网站搜索是客户了解你的第一步，决定了客户对你的第一印象。
 - 如果网站不能让客户建立起信任，那么客户就没有深入了解你的渴望。
 - 所谓客户浏览信息仅是走马观花式了解的“常识”是错误的



如何策划创作有销售力的企业网站（5）

工业品网站发展的阶段——

阶段一

“样本”

- 以产品为核心，仅起到单向产品信息发布的作用，类似于将产品样本或说明书的内容搬到网上...

阶段二

“样本” + “画册”

- 对公司进行较全面介绍，类似于把公司介绍画册+产品样本的内容搬到了网上，在整体性和深度上，以及形象塑造上比第一阶段有很大提升

阶段三

“样本” + “画册” + “宣传片”

- 比第二阶段的网站无论在品牌形象上，还是在内容上和用户的互动性上都上了一个台阶。比如，在内容上，增加了企业社会责任和节能环保、可持续发展等公众关心的问题。

如何策划创作有销售力的企业网站（6）

第四阶段的工业品网站：

更开阔、更有视觉吸引、更注重分享互动、更有品牌张力

首页：浏览视野更开阔，大尺寸图片运用更大胆，更强调视觉感受

体验：增强表现力和互动性，多通道、多入口、更丰富的形式，呈现立体化特征

分享：能被分享到主流社交媒体



如何策划创作有销售力的企业网站（7）

（以下是IBM、GE、西门子等国际工业品牌的中文官方网站）

IBM 解决方案 服务 产品 支持与下载 个性化服务 搜索

骤变, 从智慧的分析洞察开始

智慧的分析洞察提供了一套全面的方法论, 助您将信息转化为洞察力, 并将洞察力转化为业务成效。

[点击下载白皮书, 了解更多 ->](#)

IBM 新闻与时事通讯: IBM 宣布将收购 Kenexa 持续推进社交商务举措

让我们共建智慧的地球
按行业和主题探索内容

**探寻最近的
IBM 在线分公司**
无论您需要什么, 无论您在哪里

2012 IBM 软件技术峰会
以技术维新, 预见未来。
8月 23日 - 24日, 北京,
即刻注册参会

如何策划创作有销售力的企业网站（8）



2012年9月10日

[+ 关注西门子](#)

百年“老伙计”

在青岛啤酒博物馆，常会看到一位年近花甲的师傅，他会依依惜惜地擦拭一部老电机。在这背后，不仅是一段工作伙伴关系，更有一段延续百年的友谊。

作者：刘雅

用户讲述的故事
Jen Chiu的获奖视频

我们能够做得更好

2012年7月23日

牛奶之路

导演 E. Jongsma 和 K. O'Neill

2012年7月9日

生命与杂草

导演 Alberto Venzago

2012年

钢铁

作者：

西门子中国 English 联系我们

搜索

工业 能源 医疗 个人及家用产品 产品索引

- > 工业自动化
- > 驱动技术
- > 客户服务
- > 冶金技术
- > 楼宇科技
- > 行业市场解决方案
- > 交通

> 西门子便捷融资租赁

- > 新闻
- > 携手中国140年
- > 招贤纳士
- > 可持续发展
- > 关于我们
- > Siemens Global Website

在华业务集团网站



生产管理
提高生产效率并削减生产成本

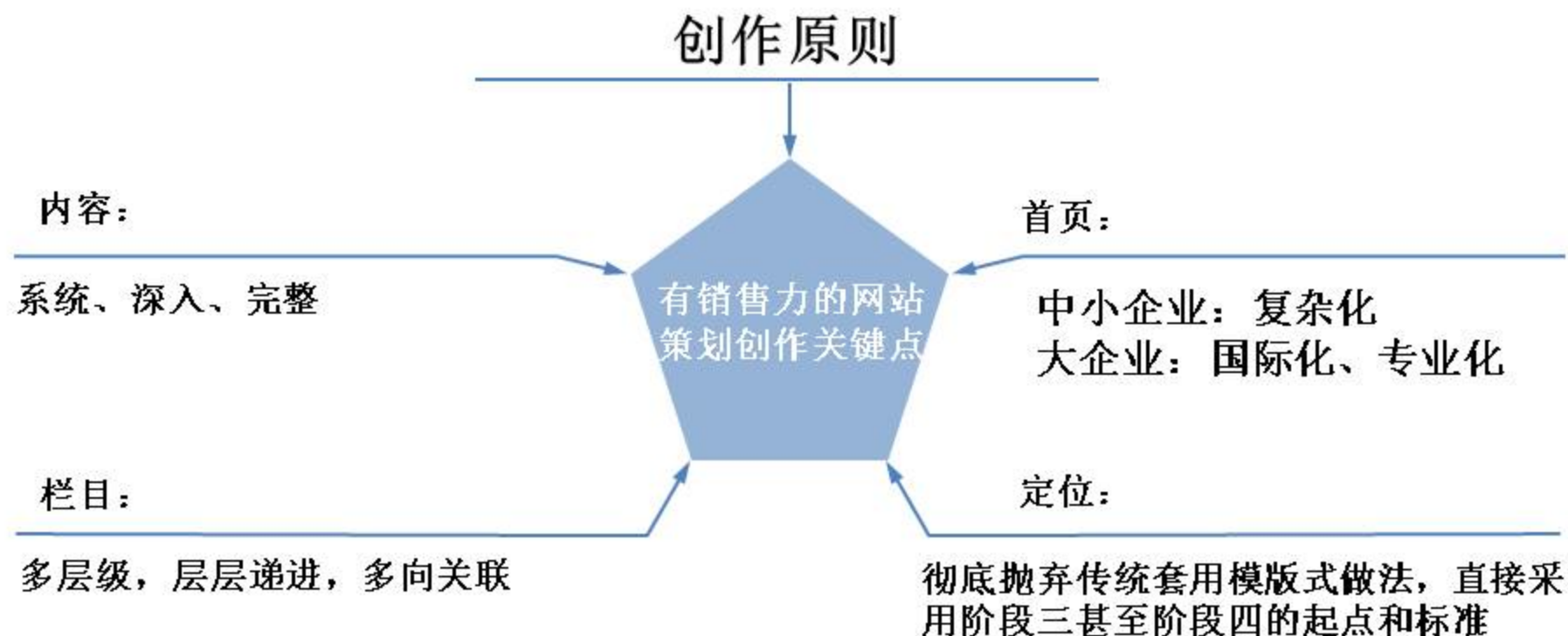
生产管理

可持续发展的城市

能源效率



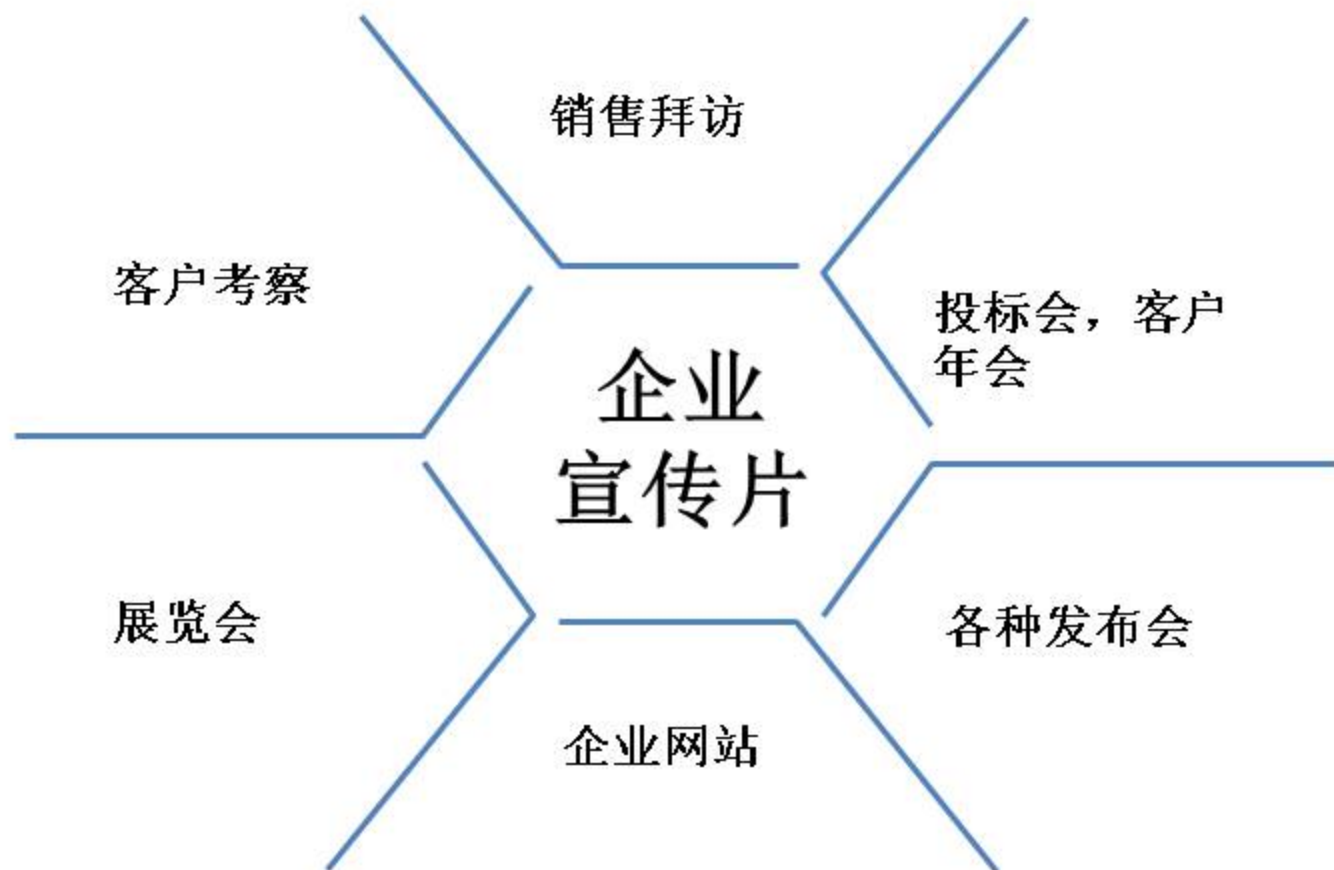
如何策划创作有销售力的企业网站（9）



5. 企业宣传片的创作

如何创作出有销售力的工业企业宣传片（1）

工业品营销是精准营销、行业传播，很少投放电视广告，代之以企业宣传片。企业宣传片在工业品牌营销中被广泛应用。

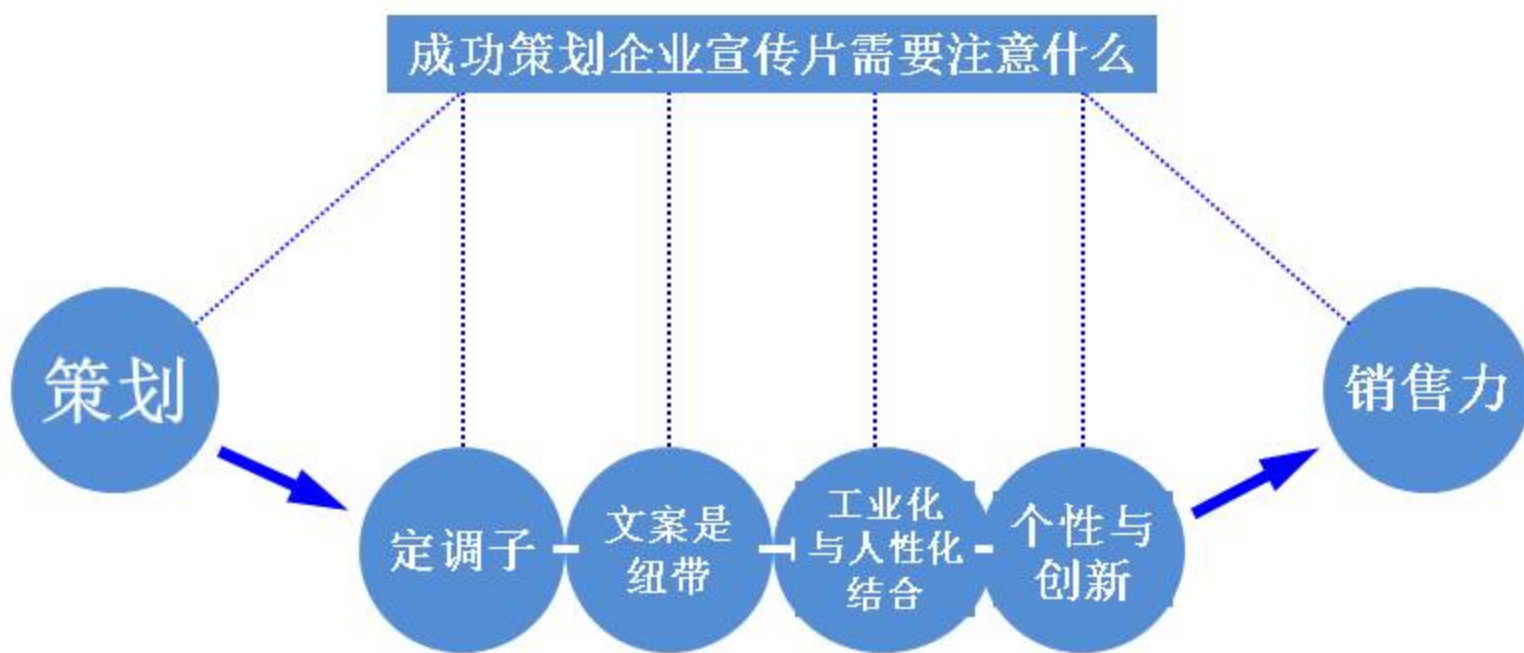


如何创作出有销售力的工业企业宣传片（2）

- 只有站在行业发展高度，从客户利益点诉求的角度，深入了解企业优势和核心价值，才能创作出有销售力的工业企业宣传片。



如何创作出有销售力的工业企业宣传片（3）



6. 行业展览策划

如何策划举办成功的展览（1）

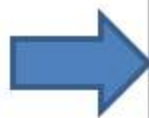
- 展览在工业企业营销中扮演着至关重要的角色。在许多工业企业的营销预算中，展览占据着半壁江山。



如何策划举办成功的展览（2）

在展会的策划思路需要实行以下转变：

第一， 从展示产品实体功能到展示品牌形象的转变。



如何策划举办成功的展览（3）

第二， 从承担短期销售功能到积累品牌资产的转变。



如何策划举办成功的展览（4）

第三， 从单一展示功能向立体化多元化的功能转变。



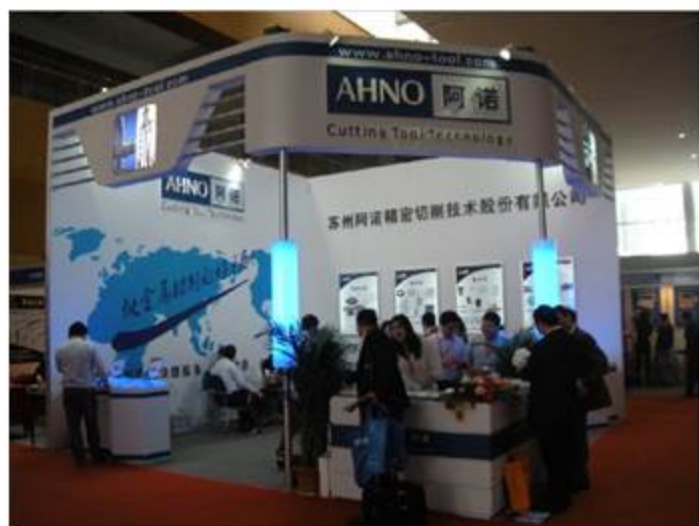
如何策划举办成功的展览（5）

第四，从简单搜集客户数据到以此建立数据库进行客户关系管理的转变。

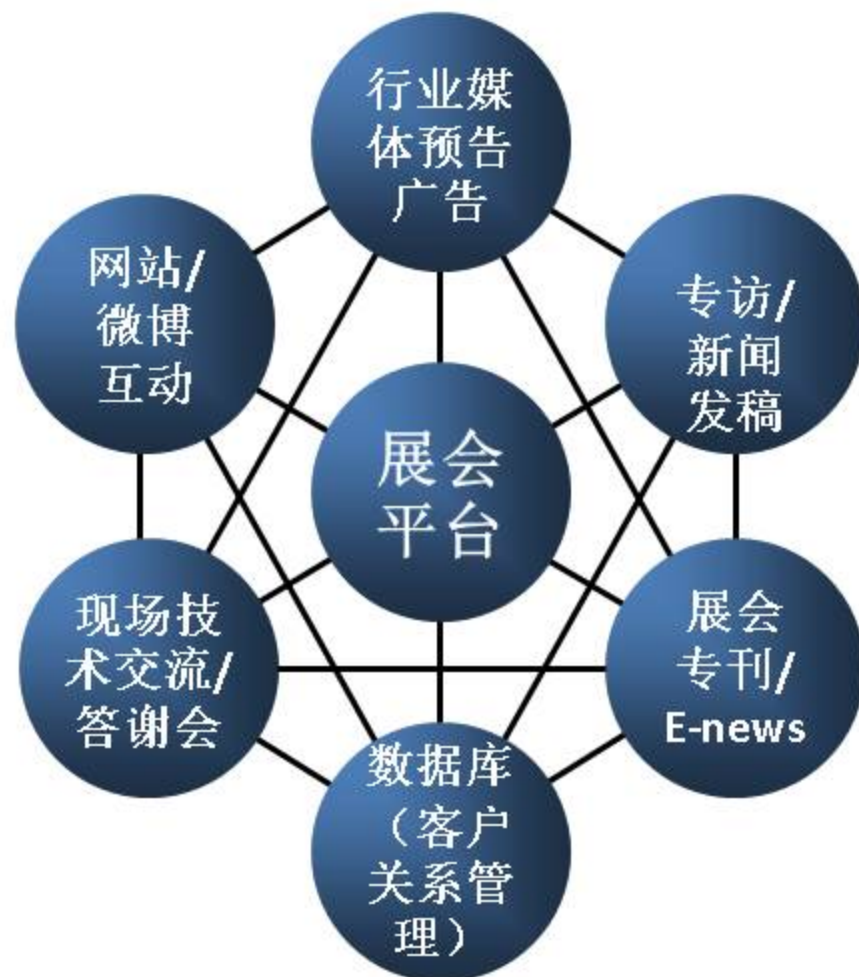


如何策划举办成功的展览（6）

第五， 在设计上，展览从以产品展示为主的空间布局，转变为以交流，体验，分享和互动为主的布局。



如何策划举办成功的展览（7）



如何策划举办成功的展览（8）

策划一场有销售力的展会执行步骤：

- 品牌传播概念与传播目标提出。（新产品发布？新技术推广？品牌成就展示？行业理念引领？.....）
- 传播方式策划。（展位大小与方位选择、展位形象设计、传播媒体配合、宣传资料准备、互动方式策划、参与人员配备.....）
- 现场执行把握。（布展及准备、展会现场分工、各项工作衔接与配合.....）
- 会后延伸工作配合。（撤展、展会数据库整理、反馈问题处理、客户关系管理.....）

新型的工业品牌营销方式

工业摄影
工厂厂区视觉化营销
视频营销
3D动画技术片

1. 工业摄影

工业摄影在工业品牌营销中的重要作用

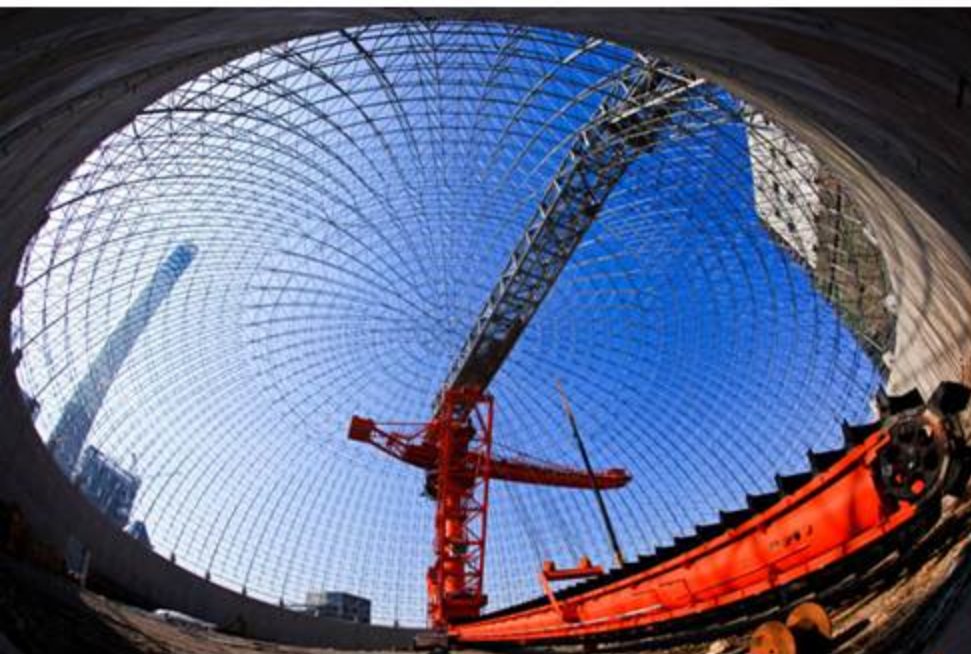
什么是工业摄影？

—工业摄影就是专门针对工业企业的形象、产品和组织而进行的专业摄影，这是相对于大众消费品摄影而言的。

工业摄影涉及的内容：

—包括厂区、厂房、车间、生产线、生产设备、一线作业，也包括产品、质检过程、资质证书，还包括企业团队，如领导层、技术团队、销售团队、服务团队，甚至可以是全体员工。

工业摄影在工业品牌营销中的重要作用



- 工业摄影需要反映出工业企业的综合实力、组织结构、团队组成、产品、工厂规模、生产设备、质检过程、研发能力和销售服务，需要把企业的方方面面都呈现给客户。

- 好的工业摄影作品可以激发客户深入了解企业的兴趣，从而建立对企业的信任，最终达成业务合作。工业摄影承载着这样一个完整链条上的视觉形象传达任务。



工业摄影在工业品牌营销中的重要作用

工业摄影贯穿了工业品牌营销的各个传播工具，包括企业宣传册、产品样本、企业PPT、企业网站、展览、杂志广告等



工业摄影在工业品牌营销中的重要作用

客户最关心的莫过于企业的实力、技术、团队、文化、理念。因此要赢得客户信赖，就必须告诉客户这一切，而工业摄影能做到这一点。优质的专业图片，能够传达出企业的良好形象、过硬品质和有序管理，帮助客户建立对企业的信心。



工业摄影的重要特性

- 好的工业摄影作品不单是一张高清的照片，而是传播品牌价值、建立品牌信任的工具。



《顶风冒雪建高炉》

2007年，为了适应钢铁发展的新趋势，鞍钢毅然决然的对老高炉、老设备进行更新改造。照片正是在改造期间拍摄的纪实作品，它集中体现了鞍钢人顶风冒雪不畏严寒，为鞍钢更加美好的明天而忘我工作的场景-----

工业摄影的重要特性



工业科技与人性化的结合，是优秀工业影像作品的重要特点。

工业影像传达的是企业组织和系统的形象，而不单是产品与设备的展示。



消费品摄影与工业摄影作品区别



- 消费品更注重消费产品终端展示。
- 产品摄影几乎就是摄影的全部。
- 很难看到产品背后的生产、制造、研发、质检等的形象。
- 习惯用概念创意、夸张的表现手法。

- 工业摄影是企业形象系统性的视觉传达，产品摄影只是其一部分。
- 需要反映出企业的综合实力、组织结构、产品技术、生产设备、质检研发和销售服务等方方面面。
- 习惯主题性策划及写实的表现手法。



2. 工厂厂区视觉化营销

工厂厂区作为品牌接触点为什么重要

- 当客户提出要考察工厂时，说明销售过程已经进入到关键阶段。
- 相比其他品牌接触点，工厂最能够全面而真实地反映企业规模、实力、管理能力和生产、研发、质检等各个环节的状况。
- 客户亲身感受到的工厂面貌将直接影响着客户对企业的信任，进而影响着双方的合作信心。



厂区的视觉化营销包括哪些层面（1）

第一，围绕品牌视觉识别系统（VIS）的传达



厂区的视觉化营销包括哪些层面（2）

第二，对企业理念和企业文化的视觉化传达



厂区的视觉化营销包括哪些层面（3）

第三，与企业职能部门的定位、规范、标准等相关的视觉化传达



厂区的视觉化营销包括哪些层面（4）

第四，在一线操作车间的视觉化传达



厂区的视觉化营销包括哪些层面（5）

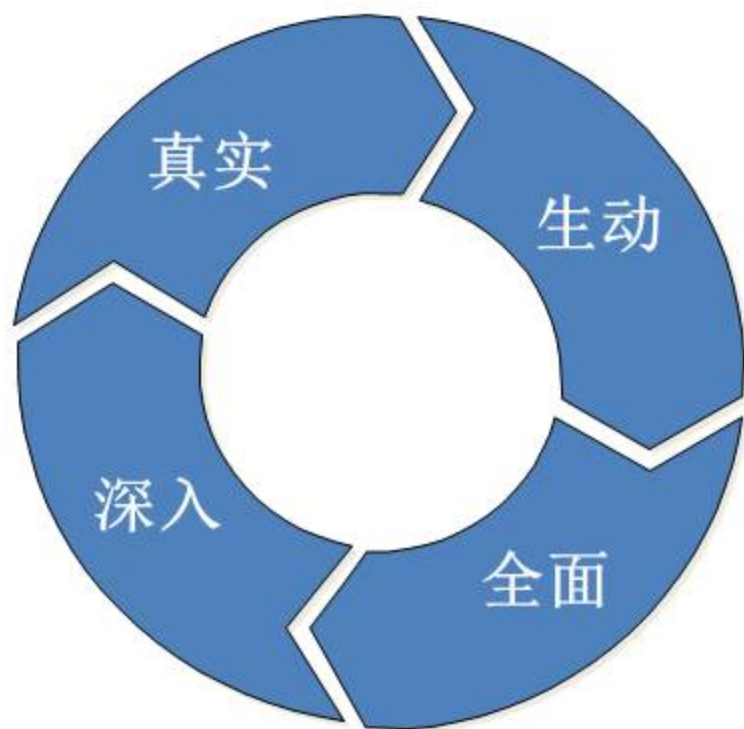
第五，对企业重点区域进行视觉化传达



3. 视频营销

视频在工业品牌营销中的重要作用

- 将企业实力、品牌形象、生产过程或技术性能通过视频方式真实而直观地表现出来，在很大程度上会提升客户对企业和品牌的信任度。



工业企业视频的种类

工业企业的视频分为以下四大类：

企业宣传片

面向整个购买委员会。主要功能为全面介绍企业，展示企业优势，塑造品牌形象，赢得信任度。

产品介绍片

面向技术人员和用户。主要功能为介绍产品性能、优势、应用，使用方法，售后服务等，赢得客户对产品的信心。

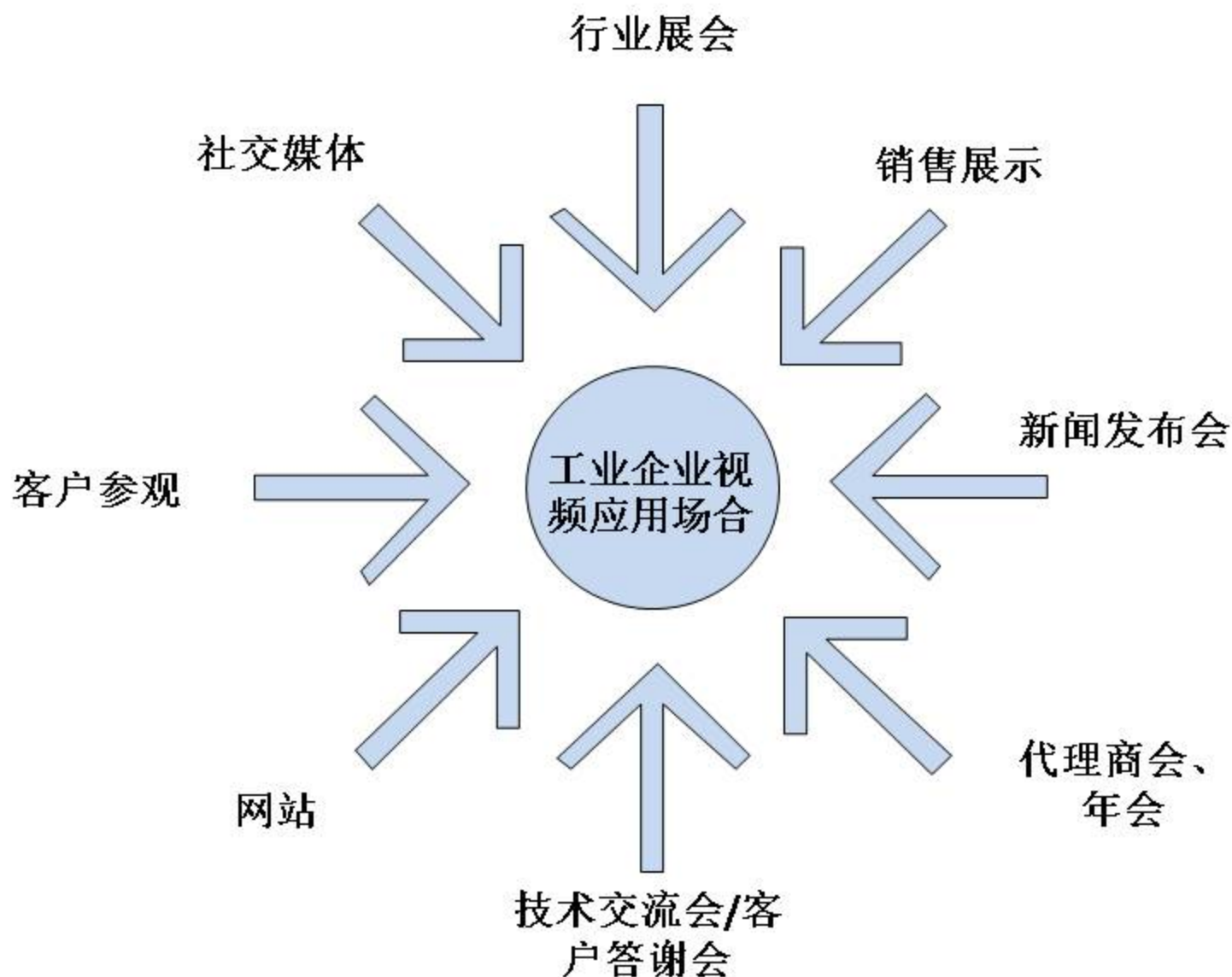
技术讲解片

面向技术人员。以实拍或动画等方式，展示产品或技术原理、过程、优势等，在营销上获得以技术为主导的优势。

事件介绍片

面向整个购买委员会。介绍与企业发展和品牌相关的重大事件，如展会实录，媒体报道、访谈，新闻发布会、经销商会，各种仪式等。展示企业实力，增强客户信心，提升企业品牌形象。

工业企业视频应用的场合



山特维克可乐满如何做视频营销

Start > Video

Tips and tricks

Applications

Industry solutions

Services

Looking Ahead

More



CoroPak News 13.1

Get a sneak preview of some of our



Looking Ahead

Thoughts on Future Challenges



CoroPak news 12.2

Check out the latest product



Partners in tooling - Metalworking World 3/12

A machine shop in America's industry



Playing it safe - Metalworking

Most viewed

Top list

Latest clips

1 - 3



CoroPak news 12.2

★★★★☆



CoroPak News 13.1

★★★★☆



CoroDrill 870 - Not just

★★★★☆



News CoroPak 12.1

★★★★☆

4. 3D动画技术片

3D动画技术片（1）

- 对技术型导向的工业产品而言，如何有效传达技术的领先性，是品牌策划工作关注的一个重要问题。

通过动画形式能够解决照片和视频解决不了的技术过程和技术细节，复杂的技术需要清晰直观的呈现。



照片



动画



视频

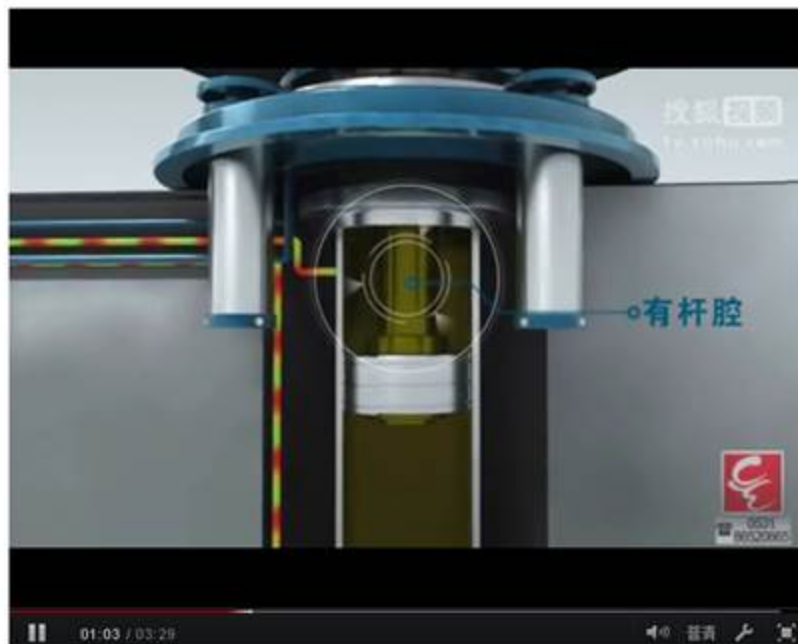
3D动画技术片（1）

展现技术优势的**3D**动画片将对品牌形象的提升、塑造，对销售业绩的促进都起着积极的作用，有必要引起工业企业足够的重视。



3D动画技术片（2）

- 工业产品的技术过程通过文字、图片和摄像很难准确、生动、形象的传达。因为这一技术过程，往往无法进行拍摄：要么这一技术体现在产品内部，要么拍摄条件和场合难以满足，要么无法进行写实，要么通过肉眼无法观测到。



3D动画技术片（3）

- 传统的以文本、平面、静态和口头方式，来对技术优势进行传达，已经明显跟不上客户的要求和网络技术的迅猛发展。
- 传统的方式存在明显弊端：枯燥乏味，费解难懂，难有印象。对不懂技术的人而言，要想搞个一知半解，非常不容易。
- 技术同样需要向外行人进行传达，显然谁在这方面做得好，谁在招标中的胜算就会大。

谢谢大家！

张东利

联系方式：13916048756 021-54484488

邮箱：tony@beyon.net

网址：www.beyon.net

博客：<http://blog.sina.com.cn/ibrave>

微博：www.weibo/zhangdongli

Beyon