



SEER-品牌意识形态 (微博专栏)

新浪微博: <http://weibo.com/u/1197793964>

品牌整合策划及设计管理 商业模式创新与信息传播研究

SEERBRAND

www.viseer.com

吴子静 / WINSON

2013.04.11

版权信息: 作者_SEER_吴子静_2013年品牌周记_品牌意识形态塑造 来源_SEER品牌整合行销机构 WEB:www.viseer.com

版权声明: 未经版权人许可, 该共享知识不得用于任何商业用途, 包括但不限于出版商业演示, 有疑问请联系知识版权人

“逆向品牌战略思想”

一种新技术的应用往往能谱写出辉煌的历史篇章

01 拿走我们希望得到的东西, 然后提供一些我们意想不到的东西, 彻底颠覆消费者的品牌体验价值观。

02 在撤销一些服务的同时, 提升了服务质量; 在简化的同时, 让事情变得更好。最基本的服务和最卓越的服务结合在一起。

SEERBRAND
www.viseer.com

品牌整合策划与设计管理咨询



以前的门户形态

天气预报
星座
免费试用
游戏
热门搜索我的雅虎
购物
房地产
新闻

提供很多服务与产品



现在的门户形态

只有一个搜索框 两个按钮

根据自己的需求进行搜索

“逆向品牌战略思想”

一种新技术的应用往往能谱写出辉煌的历史篇章

01 拿走我们希望得到的东西, 然后提供一些我们意想不到的东西, 彻底颠覆消费者的品牌体验价值观。

02 在撤销一些服务的同时, 提升了服务质量; 在简化的同时, 让事情变得更好。最基本的服务和最卓越的服务结合在一起。

谷歌属于“逆向战略品牌”, 这是一种特殊的创意品牌, 打造这些品牌的企业故意对抗产品类别内的升级趋势, 而这种升级优势消费者所期望的。也就是说, 对于行业内其他企业认为参与竞争所必须提供的那些服务, 他们坚持不提供。在其他品牌说“是”的时候, 逆向战略品牌偏要说“不”, 而且态度坦然, 一点愧疚感都没有。

在商界, 尤其是在营销界, 不能满足消费者的期望可是很大的罪过。因此, 如果企业决定不提供消费者所期待的服务, 势必会在短时间内引发众怒。

这正是“逆向”这个概念违反商人本性的原因。当整个行业向北走的生活, 你决定向南走, 这不是一件简单的事。

不过, 逆向品牌战略依靠第二种冒险方式逃脱了这种命运。他们在“光秃秃”的价值定位基础上增加了一些出人意料的奢华因素。也就是说, 这些简单的产品周围环绕着一圈他们所特有的光环, 而正是这些颇具灵感和创意的特性造就了这些企业在行业内的独特地位。

很多企业很容易陷入这样的惯性思维: 要想做的更好, 就要多提供一些产品或者服务。例如, 企业很容易就会认为, 要想提供洗衣粉品牌的竞争力, 之要多添加衣服柔软剂, 或者几种不同的香味即可; 或者会容易认为, 要想增加航空公司的实力, 之需要向常飞旅客再增加一些服务, 或者引入一些不同的价格选择体系即可; 在某些方面, 这种反射性的本能是值得赞扬的。很多时候, 如果你看到某个企业不断的调整自己的价值定位, 不断精益求精, 就代表这家企业正在努力成为行业翘楚。

这就是“逆向”这个概念与传统的商业直觉格格不入的原因。一个“逆向”定位的企业会拒绝产品升级, 这并不是因为它不在乎顾客的需求, 而是因为他的经营时建立在逆向理念基础上: 既然产品类别已经高度成熟化, 可能就会有很多顾客对产品过渡满意, 顾客获得的过渡服务其实并不是他们真正需要的。这种理念促使企业制定合理的价值定位, 而不是继续给顾客提供更多服务。

“过渡满足”这个概念只适用于产品和服务过多的世界。成熟化消费的特征是: 消费者在很长一段时期内无法对产品产生深刻印象。

“逆向品牌战略”能够反映出其所处时代的消费文化, 因为其价值定位中隐藏着一种新的认知, 即: 在一个过度升级的世界里, 如果不做适当的削减, 企业就会显得自以为是。所以, 逆向品牌战略剥夺了一些东西, 又给予顾客一些令人惊喜的宠爱, 即-能够让顾客的味蕾苏醒的东西。

多年以来, 通过观察一些品牌的经营过程, 学到了很多知识。我发现, 正是因为这些企业的起点与竞争对手完全不同, 他们才能够享受这么多年独特的差异化。在一个充斥着盲目模仿的世界里, 这是一种很高的成就。