

□ 傅兆宝

商业企业形象设计刍议

随着城市产业结构的调整,第三产业迅猛发展,城市的商业格局发生了很大的变化。为了适应日趋激烈的市场竞争,近年来,城市商业也加大了改革的力度,狠抓了商业购物环境建设和市场定位,同时,推出了一系列形式多样的促销手段,使一些商业企业的知名度和企业的形象步步攀高。随着改革的深入,市场经济体制的完善,市场竞争将日趋激烈,商业企业只有跟上城市快速发展的节奏,面向市场,研究市场,自觉地以超前的意识制订自己的经营战略,设计和塑造好自己的企业形象,才能适应新的市场环境。本文试就商业企业形象设计的基本内容作一初步探讨。

(一)

企业形象是企业综合素质的表现,是企业经营活动本质特征的展示。建立企业形象个性化的外貌与维护良好的企业形象已成为企业经营的重要课题。

1. 激烈的市场竞争,需要企业具有良好的形象。在社会主义市场经济条件下,企业作为市场主体的地位日益明确,市场竞争也日趋激烈。在新的市场竞争态势下,企业所面临的已不再是某一层面上的局部竞争,而是在经营观念与价值取向、经营哲学与市场拓展、商品质量与服务质量等各个层面的全方位竞争,说到底也就是企业形象的竞争。因此,企业必须面对现实,努力塑造良好的企业形象,主动适应市场竞争这个新趋势,以推动企业的发展。

2. 消费观念的更新,需要企业具有良好的

形象。随着改革开放的逐步深化,人们的生活水平也逐步提高,消费者的消费心理和行为也发生了一定的变化,从满足于价廉、耐用的消费开始倾向于超前、富有个性的消费。同时,他们更注重企业的形象,因为企业形象是商业面貌、商业信誉、商业道德的综合体现,消费者无论是购物、饮食,还是休闲,都希望能得到声誉高、形象好的商店。因此,商业企业必须跟上人们消费观念的更新,不失时机地把握消费者消费心理和行为的变化,努力塑造好自己的企业形象。

3. 员工队伍的形象,是评价企业形象的基础。商业企业的员工是商业活动的主体,因此,企业的形象就必须以人的素质为基础。而员工的素质如何,又是评价企业形象的重要标准。从这一角度看,要塑造良好的企业形象,就必须抓住企业的根基,即员工素质的建设。

今天,要不要设计和塑造企业形象,并不是由人们的主观意志所左右,而是由企业所面临的现实和将来的趋势所决定的。企业形象的优劣,对企业的生存和发展所起的作用,已成为越来越多的企业所接受,良好的企业形象已成为企业走向成功的必由之路。

(二)

现代企业形象策略,作为80年代初引进的实用性学科,包括企业的经营理念识别、非视觉性的活动识别和视觉识别,它把企业产品形象中的个性与特点有效地传达给一切可接受该信息的公众,使其对企业 and 产品(包括商

品)产生统一的认同感和价值观,从而达到促销的最终目的。

企业形象策略中的识别包含着两个方面内容,一是对内具有统一性,二是对外具有独立性。统一性是指统一的企业标志、色彩以及字体,并将它贯穿于立面设计、商品包装以及员工服饰等所有能给人的视觉留下印象的传播媒体上。独立性是指企业的识别还应具备区别于其他行业或部门的特性。企业形象设计主要是企业形象策略中三大识别系统的设计。

1. 理念识别

理念识别是企业识别系统的核心,是由企业的经营理念、企业精神、企业文化等为主要内容。企业的经营理念是企业识别的根本所在,是企业最高决策层,也是企业系统运作的原动力和实施的基石。根据商业企业的特点,把以“顾客至上,服务第一,质量取信,新特制胜”作为企业的经营理念。所谓“顾客至上,服务第一”是反映了现代营销的观念,以顾客为中心,想方设法满足顾客需要,提供全方位的经营服务,为顾客创造温馨、自如的购物、服务氛围,真正使顾客有宾至如归之感。所谓“质量取信,新特制胜”是根据激烈的市场竞争而提出的,要以优质商品、优质服务、安全卫生取得顾客的信赖和好感,使顾客有放心感、安全感。要以新观念、新思路、新高招不断地在经营活动中适时地推出新特的经营服务内容、项目、方法、特色。做到人无我有,人有我优,力求创好特色,与众不同,让顾客有新鲜感,好奇心,慕名而来。这一企业经营观念必须从企业精神中得到具体的表现。商业企业要努力培育员工具有“忠实、互助、共进、一流”的企业精神,员工要成为顾客的“忠实伙伴”,成为企业的忠实创造者;互助、共进是要求干部、员工在工作中相互支持、配合、补充,防止由于经营范围、内容、对象的不同,部门与部门间的相对独立性而产生的互不相干、各自为政的情况,增强全局观念,整体意识,推动整个企业的工作;一流就是要发扬争一流、创一流精神,敢与久负盛

名的同行企业竞争,达到一流的管理水平,一流的商品,一流的服务水平,一流的经济效益。

2. 活动识别

活动识别是企业识别系统动态的识别形式,它把企业的经营理念、企业精神等通过各种活动即动态的形式,使企业的形象得到充分的展现,对外来说主要是市场调查、开业典礼、营销促销、公益文化、广告宣传等,对内来说主要是员工教育等。

(1)市场调查。市场调查是企业经营者作出正确的经营决策的重要途径,而正确的经营决策将有助于塑造企业的良好形象。商业企业应做好四个方面调查。第一,调查分析地区商业布局 and 经营情况,重点了解同行业企业的经营情况,只有知己知彼,才能百战百胜,不断地调整经营策略、经营方针。第二,做好客流量的预测,即在周边地区的主要路口测算客流量,掌握第一手资料,加以分析预测,作出正确的判断。第三,有奖征询调查,重点在商业、文化中心、附近街道、效益较好的厂矿企业发放有奖征询表,内容主要是介绍企业经营服务项目,编一些征询题,这既使社会公众了解企业,同时又可从中分析企业在市场上的占有率及可争取的消费对象。第四,与旅行社、旅游局建立关系,寻找客源,提高知名度。

(2)开业典礼。开业典礼是把新建商业企业第一次推向公众的重要环节,别具一格,新颖独特的开业典礼形式和活动将会在社会上起到轰动效应,给社会公众留下深刻的印象。

(3)营销促销。营销促销活动的开展既能使顾客买到称心满意的商品、品尝到称心满意的菜点,又能使企业提高经济效益,企业形象将会得到较大的提高,知名度也将随之扩大。

(4)公益文化。公益文化活动的开展与社会公众有着一定的联系,将会引起社会反响。如:结合社会热点、难点开展企业各项工作,将会引起社会公众的关注,得到社会的认同和好感。如可利用招工契机,与解决纺织女工下岗再就业的热点、难点结合起来(当然可制定些

具体招工条件)。

(5)广告宣传。广告宣传是企业促销组合的组成因素之一,它在于巩固加强企业在公众中的形象和解决企业在市场中的特殊形象问题。如简洁、明了、新颖、独特的广告语,能使更多的人认识企业。通过新闻媒介、挂横幅进行广告宣传,从而使企业形象在广泛的社会公众中树立起来。

(6)员工教育。第一,要教育员工在各自岗位上塑造企业良好形象,使企业经营理念、企业精神,在员工言行中得到充分体现,并制定具体奖惩措施予以落实,增强员工的责任感、使命感;第二,要提高员工业务技术素质,通过技术表演赛、岗位练兵、模拟操作、技术比武、外出学习等活动,结合分配向有技术有贡献的员工倾斜政策,激发员工学技术、创效益的自觉性、积极性,在较短时期内,使员工能谙熟本职岗位技能,妥善处理解决服务过程中的各种矛盾和问题,提高员工队伍整体素质;第三,要关心员工思想、工作、生活,办实事,稳定职工队伍。

3. 视觉识别

企业视觉识别系统是企业形象的归纳、升华和提炼,是企业员工整体志向和精神面貌的集中反映,同时也是增强社会公众对企业印象

的重要手段。视觉识别是企业内在素质的外形化,通过产品包装、企业名称、企业标准色、企业标志等直观地认识企业,给社会公众留下印象。

企业标志是企业识别系统的核心,也是视觉传达设计的原动力。因此,企业的标志必须具有鲜明的个性特征和独特的风格。

在企业标志确立的基础上,其他应用识别系统必须完整,如中英文标准字、关系企业应用色、名片、信纸、信封、报告纸、店面标示牌、手提袋、企业旗、包装纸、邀请卡、制服等等,使之构筑成完整的系统,达到举目皆是、全面扩散的视觉传达效应。

企业标志和视觉识别系统的确立,是一种先进意识的稳定文化,也是员工精神情感的识别行为,从而使员工能更自觉、更主动地发扬企业的精神。

总之,企业形象的设计和塑造,其实质就是要提高社会公众和企业员工对企业的认可程度,沟通企业与社会公众和员工的双向联系,提高它的知名度,争取更多消费者的信任和支持,同时,增强全体员工的归属意识,以良好的形象作为自身生存和发展的竞争手段,最终提高企业在市场的竞争能力。

(上接第 51 页)因此,需要实行大商业管理体制。政府部门首要的问题是转变职能,改经营管理为功能管理。其任务是制定发展规划(如制订批发贸易发展目标和实施步骤,规划专业化批发商业街、专业化批发市场,以及专业化批发商用写字楼等等);通过宏观调控的政策和措施为培育(广义的)批发市场创造良好的环境;制定行业政策,对全社会企业的批发行为实行行业规范化管理。政企应当分开,建立了现代企业制度的批发企业对上级主管部门只承担资产保值增值的责任。企业实行法人自治。

3. 充分发挥商会及行业协会的作用。在实行现代企业制度之后,企业没有了经营上的婆婆。商会及行业协会是具有民间性质的群众组织,它成为沟通政府和企业的中间桥梁。因此,在批发贸易的现代化过程中,商会和行业协会的助手作用、协调作用、纽带作用及服务作用将日益明显。