

公益美助力创维淡季品牌推广 PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E5_85_AC_E7_9B_8A_E7_BE_8E_E5_c123_288389.htm 在产品销售淡季，创维借势公益活动，在贵州地区进行了一次成功的品牌推广，有效地提升了产品的知名度和美誉度。每年的七八月份是彩电产品的一个销售淡季，在销售淡季里，不同的家电企业都会制定一些不同的战略来应对。创维总部则把品牌推广作为彩电销售淡季的一个重点策略。2005年夏天，创维贵州分部凯里办就在总部指导下，借势公益活动，策划和组织了一次成功的品牌推广活动。与品牌内在价值的契合 由于创维进入贵州凯里办较晚，品牌知名度和美誉度在当地还有待于进一步提高。2004年凯里办把高清作为推广的重点，对平板重视不够，致使2005年凯里办的工作遇到了很大的障碍。8月份属于淡季市场，但为了配合“新健康电视”形象的传播,为国庆销售铺垫造势,针对创维在凯里地区的实际情况，有必要举办一次传播面广、影响力大的大型活动来拉动整体的销售，并进一步扩大品牌在凯里的影响力和知名度。为了更好地利用公益活动提升品牌形象，扩大品牌影响力，响应创维总部制订的关于淡季品牌推广活动的计划，贯彻落实打造一流强势品牌的精神，2005年8月25日由总部广告部策划、贵州分部凯里办实施举办的“感动因为有你贵州黔南州白内障复明手术开诊仪式”隆重举行。对于企业来说，品牌经营的关键是通过各种传播活动让消费者产生一种综合性体验。这就要求企业不仅是把品牌信息简单地传达到消费者的眼睛里、耳朵里，还更应该让品牌形象融入到消费者的日常生活、心理情

感之中，成为生活的一部分。而这个旨在关注当地消费者视力健康的公益活动与创维正在当地推广的“新健康电视”在品牌价值上有很好的契合。此次活动旨在提升创维在凯里地区的知名度和美誉度，通过公益活动建立消费者对创维品牌的正面联想，进一步拉近消费者对创维的亲密度，扩大品牌的社会影响力和借势公益活动，营造事件营销，提升销量。

调动多种力量参与 为了体现此次慈善公益活动的权威性，就必须寻求政府相关部门和单位的支持，所以在活动前期，创维就主动与自治州卫生局取得联系，并就活动的细节安排、组织、现场布置等各个方面和州卫生局、州人民医院等相关单位进行了详细而充分的沟通，力求做到让每一个细节问题到位。在宣传形式上，创维在活动的前几天，就开始在当地的电视台和报纸上陆续播放和刊登有关活动信息，以及相应的促销广告，为整个活动做前期准备和造势。另外创维还在各大卖场统一悬挂条幅，布置拱门、发放单页、物料，举行促销活动等，形成事件营销的促销氛围。现场控制的好坏直接影响到活动成败的关键。为了增加活动当天现场的关注度和社会吸引力，创维在人民广场设立了主席台，出席仪式的领导有卫生部国际合作司王司长，贵州省卫生厅、黔南州以及都匀市和创维集团的相关领导。在台下周围两侧以创维为主体的产品展示区，提供了20个大型阳光篷。设立新品展示、电影播放、抽奖区、特价区等，在宣传品牌的同时展示了创维的新产品。在活动现场，还布置了大量条幅海报，重点突出“公益创维”的良好形象。一系列的活动增加了媒体的关注度和活动的权威性，使这次“慈善公益活动”的初期效应得到了较好的传播。为了延续活动的影响力和传播面，在

活动的当晚，创维与当地有关部门联手，在活动的主办场地人民广场举办了“创维健康杯卡拉OK比赛”决赛。在比赛间隙，安排了创维知识问答活动，现场回答踊跃，气氛热烈。综观整个活动，取得了良好的社会效应和品牌效应。在这次活动中，创维主要打了三大牌政府牌、实力牌、形象牌，这对创维在凯里地区塑造整体形象，打造强势品牌，展示雄厚实力方面有着积极的意义。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com