

经典品牌的失败案例(1)---麦当劳的“招牌汉堡” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E7_BB_8F_E5_85_B8_E5_93_81_E7_c41_65343.htm 在市场上销售时，它被称为“符合成年人口味的汉堡”，这个想法就是要一款与儿童无关的汉堡，确实，“招牌汉堡”的广告宣传传递给千家万户的信息是孩子们纷纷躲避这种“复杂”产品。问题是人们去麦当劳不是享受它的复杂性，而是便捷性。“招牌汉堡”推销的另一个重点是口感。戴夫*米勒（Dave Miller）对这一卖点进行了评击：“我们走进麦当劳不是因为它的口感和令人垂涎欲滴的烹饪食品，我们喜欢这个品牌是因为它很友善、洁净、一如既往而且方便快捷……”关于“招牌汉堡”失败的另一个有趣的方面是产品其实得到了细致地研究、大量的市场调查发现人们愿意食用专门为成年人设计的汉堡，不幸的是，当产品推出之后，这种人似乎数量不足。“招牌汉堡”的教训：做你所了解的事情。麦当劳品牌的形象有一部分是简单性，而另一部分是亲近儿童的方法，因此一个避开儿童的“复杂”的汉堡注定失败。避免让消费者产生困惑。“麦当劳不是感知性的，而是本能性的反应，”戴夫*米勒如是说，“我们所珍视的是不必去费力思考吃什么，它就是它。”但是麦当劳将产品范围扩大到“招牌汉堡”、Bratwursts、McTacos、McMussels等，显然就必须让人们思考。不可完全相信研究。市场研究如果认真细致就有它可取的一面，但决不能把它当成圣言一样的真理。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