
将中国品牌 引向世界： 品牌策划国际化的 十个重点

对于想要拓展海外市场的中国品牌而言，最重要的是建立品牌策略。对于不同的国家来说，顾客期望值、购买动力、竞争对手、交易平台以及品牌忠诚度等方面的实际情况都各有不同。因此，理解自己的品牌定位非常重要。



language.

1

优化品牌定位

发掘出品牌的核心价值,使其与海外市场的消费者密切相连。这种核心价值可以帮助品牌构建中国市场之外的独特个性。

2

让您的品牌主张自始如一

西方消费者往往非常在意品牌形象的一致性。一以贯之的品牌形象有助于赢得客户长期的信任。这意味着在品牌创建初期,要勤勉和细致地进行品牌形象建设,因为这个形象将会陪伴消费者很长时间。

3

推广您的品牌故事

近年来,中国在很多方面都走在世界前列。因此,西方消费者对中国的新事物很感兴趣。这种兴趣对中国品牌而言就是一种机会。

在拓展国际市场的同时,对自己的品牌保持足够的自信。为“中国制造”感到自豪,是一种在国际市场还未充分利用的卖点。创造有力并有吸引力的品牌故事,不仅能吸媒体的关注,更能帮助树立清晰的品牌形象。





4

分析 当地竞争局势

探访目标市场，并委托当地的研究机构判断识别您品牌的竞争对手在西方市场取得成功的原因，取得成功的原因对您的品牌成功非常关键。

对于新市场的目标群体来说，购物习惯和购买动机也许非常不同，因此，识别这些因素能帮助您对于为达成目标，您的品牌需要推广的内容进行清晰的判断。



5

清晰阐述您的品牌利益

在良好的商业地段，为您的品牌寻找合适的商铺是极具挑战性的。所以，应该考虑委托专业的品牌顾问，他们能够清晰地将您品牌能带来的利益传递给业主。

这样业主们就可以清楚地了解到这个新的中国品牌将如何融入现有的商户圈，如何契合当地的历史和文化传承，并有助于在当地构建一体化的购物中心。



6

充分利用社交媒体 的力量

例如在英国,社交媒体在品牌创建和产品销售上越来越重要,因为消费者可以通过这些平台分享和传播自己的品牌体验。大量的国际品牌已经开始使用类似Facebook和Twitter这种新型 媒体,同时助他们创建其品牌的独特个性,以及建立和消费者更紧密的联系。

具有创造性的使用这些媒体可以提升网站的关注度从而刺激在线销售的增长。最近,英国零售业采用实体店结合网站销售来提升其销售业绩,已经取得了明显的成果。



7

鼓励消费者通过便利方式购买

越来越多的西方消费者,特别是英国和美国的客户,他们已经习惯了随时随地以尽可能方便的方式来购物。那些使用了“亚马逊柜台”,“Facebook 商务”,“移动商务”以及标准电子商务并结合实体店销售的品牌,往往会取得比其竞争对手更好的业绩。

8

发展与当地品牌的互利联盟

新品牌要和当地市场的成熟品牌、产品及服务商进行有效合作，这样就能够直接从这些成熟品牌的客户群体中挖掘到自己的目标客户。

制定一份与战略合作伙伴的五年计划，能帮助新品牌有效推广。

9

精心设计品牌策略

为您的品牌营造正面的第一印象是品牌成功的关键。由于消费者对新品牌的第一体验往往会长久保持，事实证明那时候花费大量时间和精力，期望通过良好策略去改变消费者印象的行为并不划算。

好的品牌要有好的第一印象，这种印象实际上是通过培养和开发出来的。您的品牌价值往往会影响到所有的事情，包括您的商铺选址、包装设计以及产品推广。因此，在这个阶段，给您的品牌足够的时间去营造好的印象是非常关键的，因为它将影响您的长期目标。

适应变化，整合优化

您的产品或者品牌也许要学会改变和适应，就像许多西方品牌力图适应中国一样。然而，创建一个全球知名品牌，需要保持品牌形象的一致性，以及不断整合优化，以保证适应全球市场的共同价值观。

10



关于 LANGUAGE

更多Language公司的相关信息，
请联系：

Ben Hui 許自蔭
董事总经理

e: ben@whatislanguange.co.uk
t: +44 (0)7876 775 624