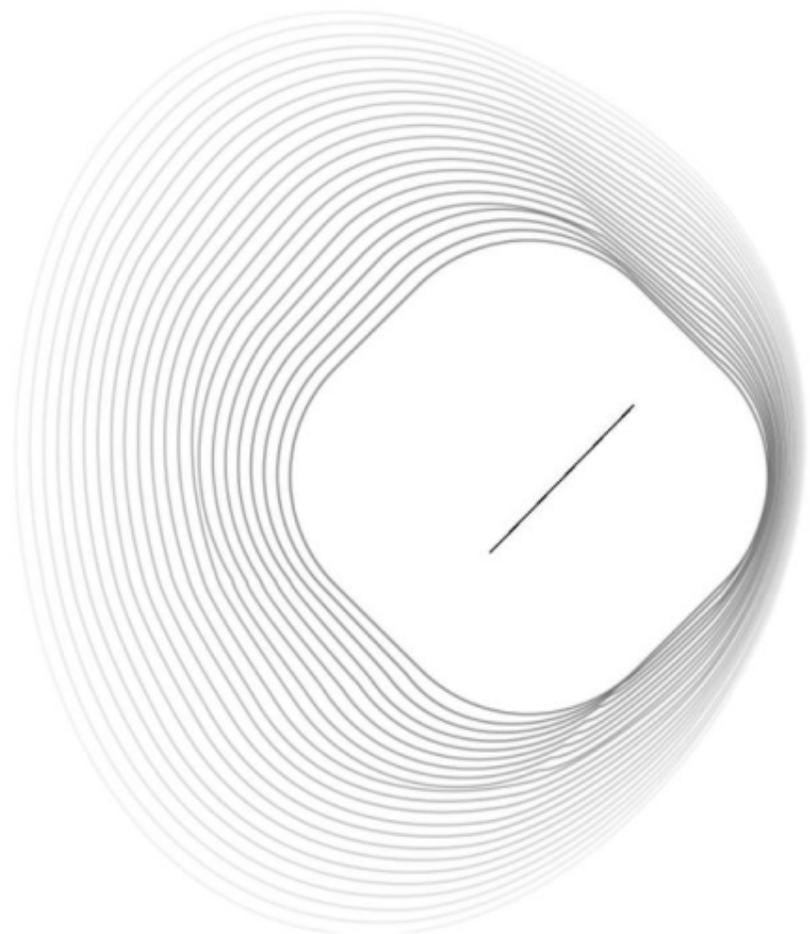
An abstract graphic on the left side of the page. It features a large, light gray circle. Inside this circle, there is a smaller, solid black shape that resembles a stylized letter 'A' or a similar abstract form. Surrounding the black shape are numerous thin, concentric, light gray lines that create a ripple or wave effect, radiating outwards from the black shape.

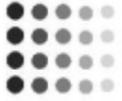
广东电信品牌策略奥 美

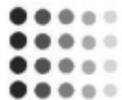
目录

- 品牌概述
- 品牌定位与策略
- 品牌传播与推广
- 品牌维护与优化
- 品牌未来展望与挑战
- 案例分析



品牌概述





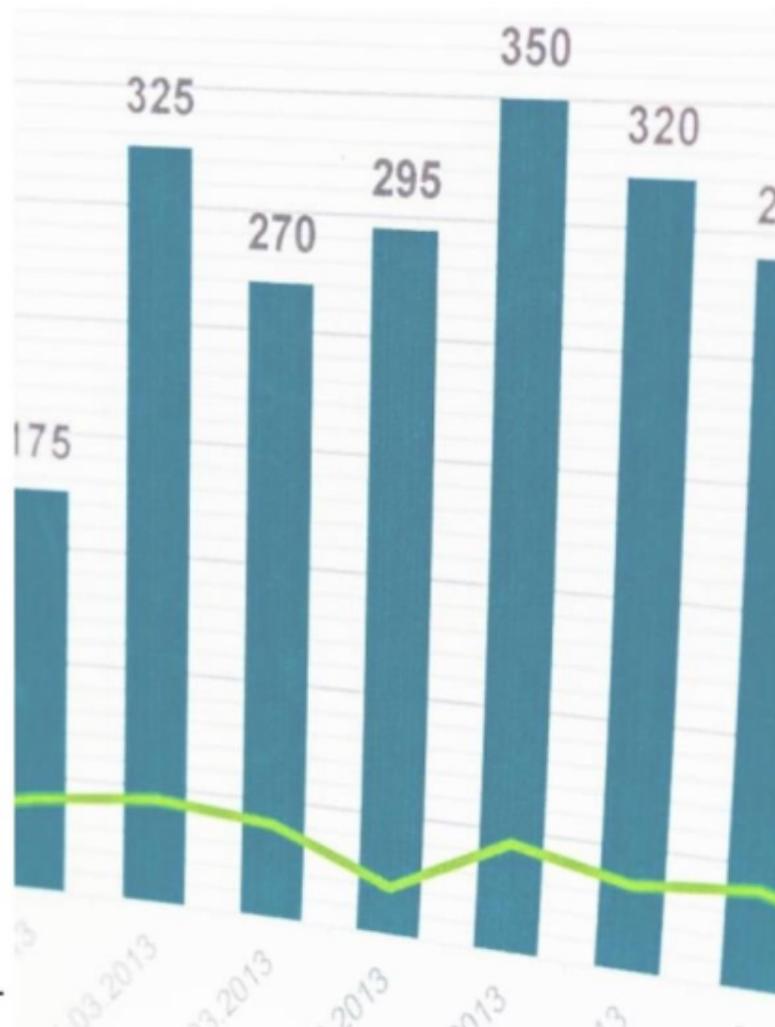
品牌在电信行业的重要性

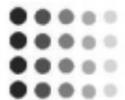
市场竞争

电信行业市场竞争激烈，各大运营商都在努力打造自己的品牌形象，以吸引更多的用户和客户。品牌成为各大运营商之间竞争的重要手段。

用户需求

随着用户需求的不断变化和升级，用户对电信产品和服务的需求也日益多样化。品牌可以帮助电信企业更好地了解 and 满足用户需求，提高用户满意度和忠诚度。





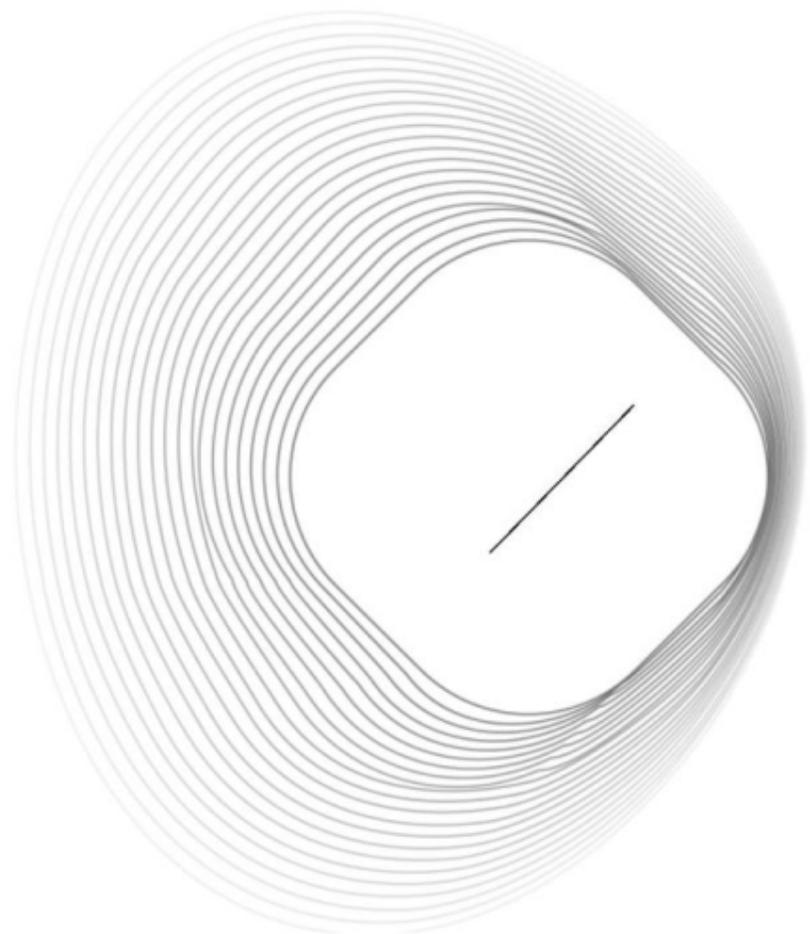
广东电信品牌发展历程

品牌初创

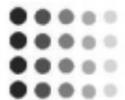
广东电信作为中国电信的重要组成部分，在改革开放的背景下，逐步发展了自己的品牌形象。早期，广东电信以提供本地电话服务为主，通过不断扩大网络覆盖和升级技术设备，逐渐成为全国领先的电信运营商之一。

品牌升级

随着电信市场的不断开放和竞争的加剧，广东电信不断升级自己的品牌战略，推出了一系列具有竞争力的产品和服务，如宽带互联网、移动通信、数据中心等。同时，广东电信加强了品牌推广和市场营销，提高了品牌知名度和美誉度。



品牌定位与策略



品牌定位分析

目标市场

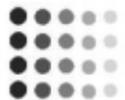
广东电信的目标市场主要是广东省的居民和企业。

消费者需求

消费者对电信服务的需求多样化，包括语音通话、数据传输、互联网接入、企业专线等。

竞争环境

广东省内电信市场竞争激烈，包括中国电信、中国移动、中国联通等主要竞争对手。



品牌策略制定

价格策略

广东电信的价格策略根据市场需求和竞争情况灵活调整，以保持竞争力。

产品策略

广东电信的产品策略以多样化、高性价比和定制化为主，满足不同消费者需求。

渠道策略

广东电信的渠道策略以自有营业厅和合作伙伴为主，同时发展线上渠道如官方网站、微信平台等。

品牌定位

广东电信的品牌定位为“专业、信赖、贴心”，强调其专业的技术能力、可靠的网络覆盖和优质的客户服务。

促销策略

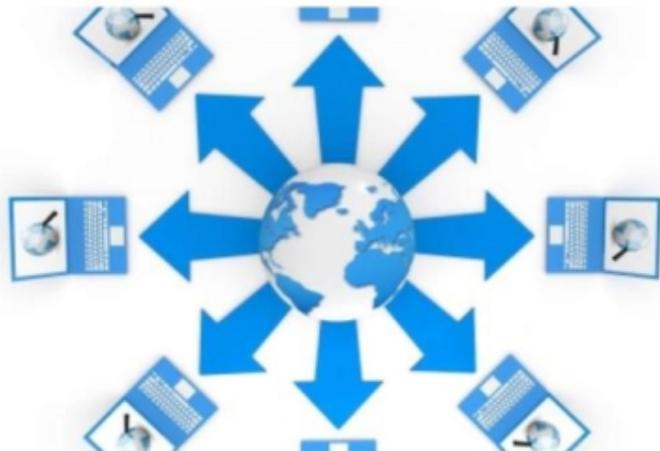
广东电信的促销策略包括优惠活动、会员计划、积分兑换等，以吸引和留住用户。



广东电信品牌策略特点

强调品牌专业性

广东电信的品牌策略注重突出其专业能力和技术实力，以赢得消费者信任。



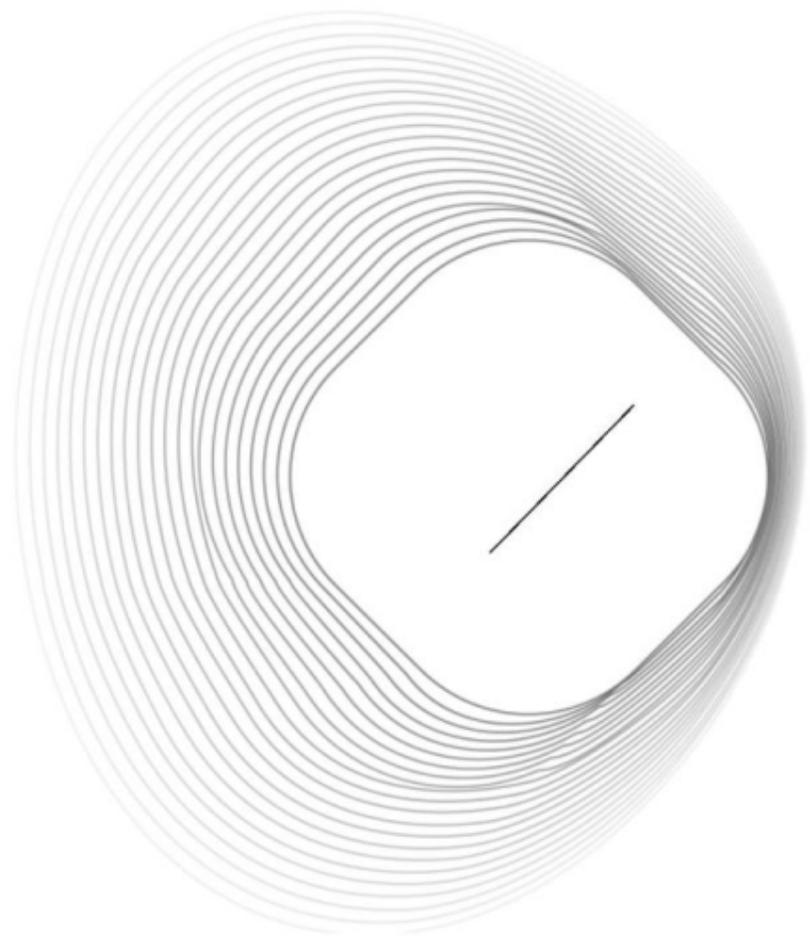
灵活适应市场变化

广东电信的品牌策略灵活应对市场变化和竞争挑战，保持其市场竞争力。

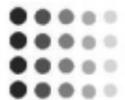
注重客户服务

广东电信的品牌策略注重提供优质的客户服务，以提升消费者满意度。





品牌传播与推广



品牌传播方式

广告传播

通过各种媒体平台，如电视、广播、报纸、杂志等，向消费者传递品牌信息。

网络传播

通过互联网平台，如社交媒体、搜索引擎、电子邮件等，向消费者传递品牌信息。

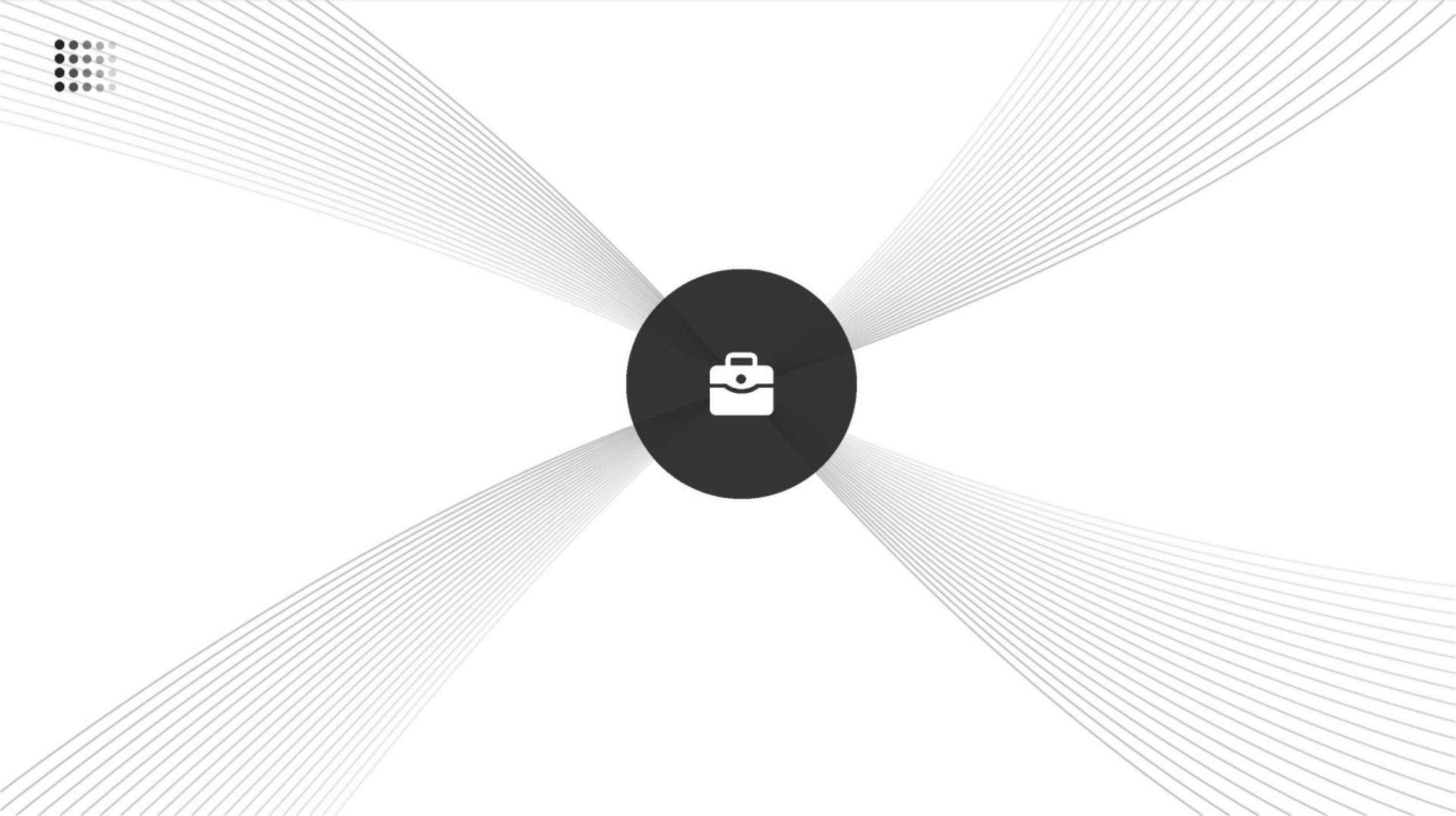
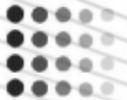
公关传播

通过公关活动，如新闻发布、媒体采访、慈善活动等，向消费者传递品牌形象。

销售传播

通过销售渠道，如商场、超市、专卖店等，向消费者传递品牌信息。





以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/255302134220011342>