

罗兰贝格深圳航空有 限责任公司品牌战略 规划报告课件



 2023

目录

CATALOGUE

- 品牌战略概述
- 深圳航空品牌现状分析
- 品牌战略规划
- 品牌实施与执行
- 案例分析
- 总结与展望

PART 01

品牌战略概述





品牌战略的定义与重要性



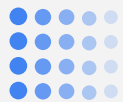
品牌战略的定义

品牌战略是企业通过塑造独特的品牌形象，提升品牌知名度和美誉度，以实现市场占有率和竞争优势的策略。

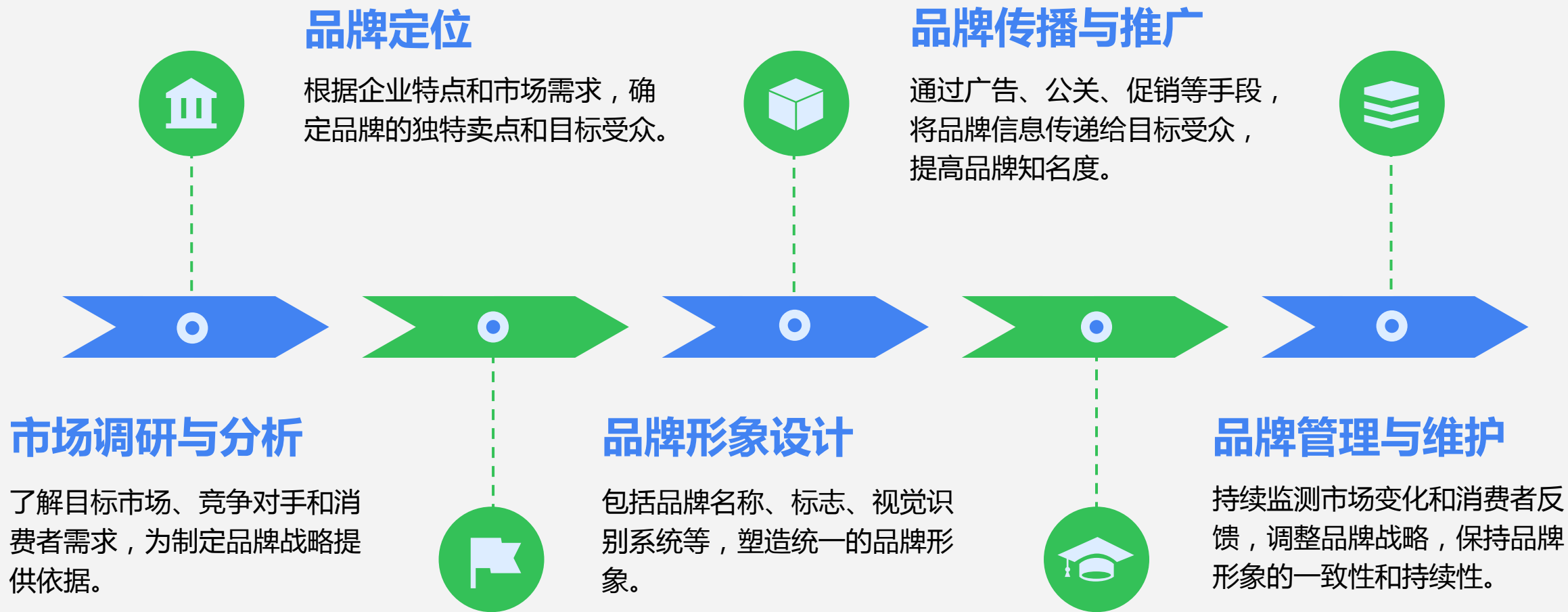


品牌战略的重要性

品牌战略有助于企业建立差异化竞争优势，提高消费者忠诚度，增强企业核心竞争力，促进企业可持续发展。



品牌战略规划的流程与步骤





品牌战略与企业发展的关系



01

品牌战略与企业战略的协同

品牌战略应与企业整体战略相契合，共同推动企业发展。

02

品牌价值与企业价值的提升

通过品牌战略的实施，提升企业品牌价值和市场竞争力，从而实现企业价值的最大化。

03

品牌战略对企业可持续发展的支持

品牌战略有助于企业建立长期竞争优势，实现可持续发展。

PART 02

深圳航空品牌现状分析





品牌定位与形象

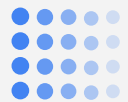
品牌定位

深圳航空作为中国南方地区的主要航空公司，定位于中高端市场，致力于提供高品质的航空服务。

品牌形象

深圳航空的品牌形象以“安全、舒适、便捷”为核心，通过统一的机舱内饰、员工制服以及品牌广告等方式传达专业、可靠的品牌形象。





品牌的市场表现与竞争地位



市场表现

深圳航空在国内航空市场占有有一定份额，排名靠前。公司通过不断拓展航线、优化服务，提高客户满意度，保持了良好的市场表现。

竞争地位

面对国内外众多航空公司的竞争，深圳航空凭借其高品质的服务、良好的安全记录和有竞争力的价格策略，在国内航空市场中占据一席之地。



品牌存在的问题与挑战

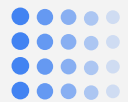
问题

品牌形象老化，缺乏年轻、时尚的元素，难以吸引年轻客户群体。

挑战

随着中国航空市场的日益开放，国内外航空公司竞争加剧，深圳航空需不断提升自身竞争力，以应对市场变化。





消费者对深圳航空的品牌认知与需求



认知

消费者对深圳航空的品牌认知主要集中在安全、可靠、服务好等方面，但也存在部分消费者认为品牌形象过于传统。

需求

消费者对航空服务的需求日益多样化，除了安全、舒适外，还对航班准点率、行李托运、会员服务等有较高要求。同时，随着年轻一代消费者的崛起，对个性化、差异化服务的需求也日益增强。



PART 03

品牌战略规划





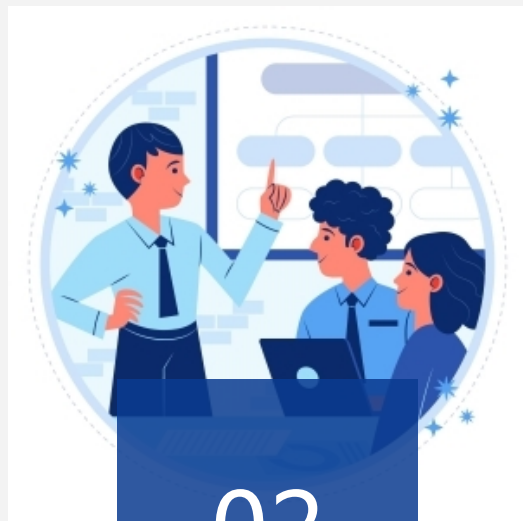
品牌定位与核心价值



01

品牌定位

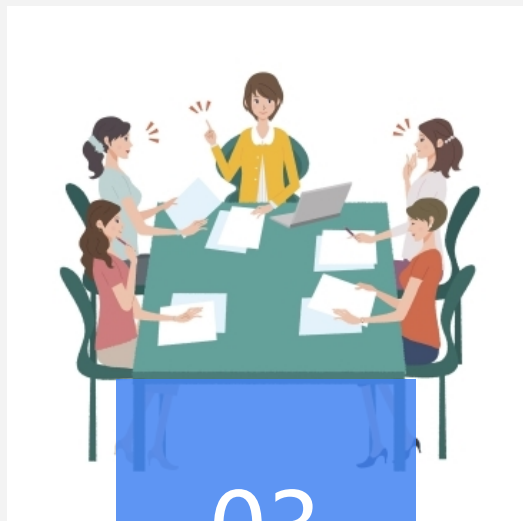
高端、舒适、安全



02

核心价值

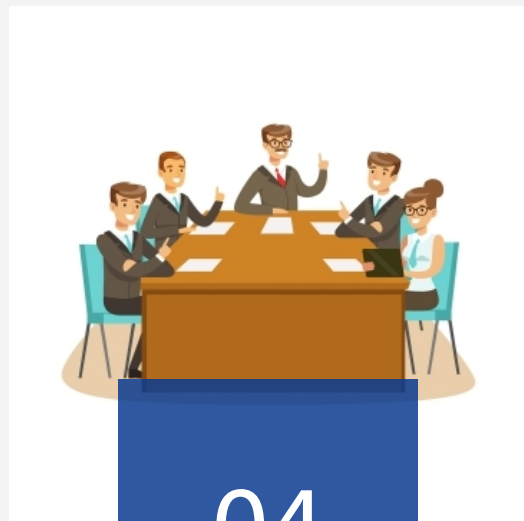
提供卓越的航空服务体验，满足高端商务和休闲旅客的需求



03

目标客户

高净值人群、商务旅客和高端旅游者



04

品牌个性

专业、可靠、尊贵



品牌形象设计与传播

01



品牌视觉识别系统



统一、简洁、高端的品牌形象，包括LOGO、字体、色彩等

02



传播策略



整合线上线下传播渠道，提高品牌知名度和美誉度，包括广告、公关、社交媒体等

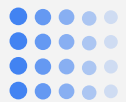
03



品牌代言人



选择具有社会影响力和良好形象的代言人，提升品牌形象和知名度



品牌拓展与延伸



产品线拓展

开发与高端、舒适、安全定位相符合的附加服务和产品，如高端餐饮、商务舱休息室等



合作伙伴关系

与高端酒店、旅游公司等建立合作伙伴关系，提供一站式服务体验



市场拓展

逐步扩大市场份额，覆盖更多高端客户群体

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/828024044100006063>