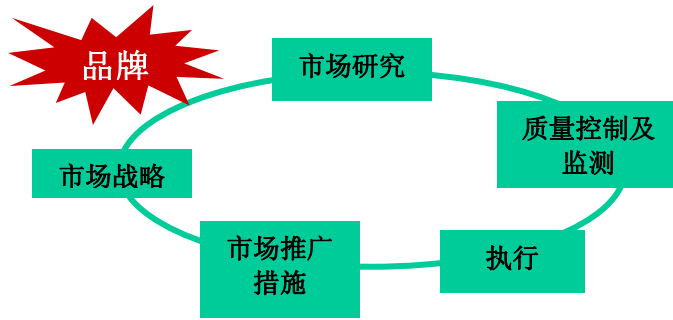


品牌是市场销售管理环节中的一个重要的元素，它在市场战略的形成中扮演着关键的角色。

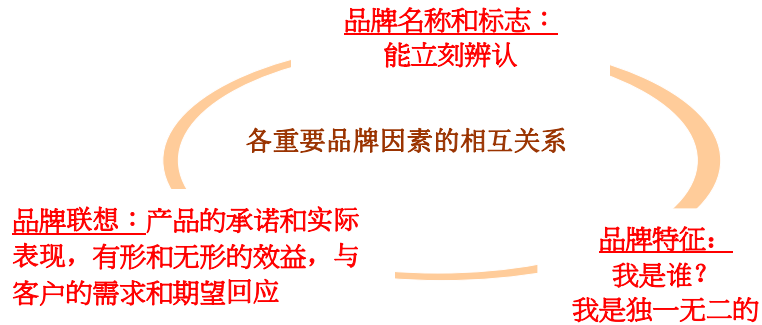
MVA  
品牌咨询



**品牌是什么？**

消费者在一项产品或服务中所产生的一系列的有形的（产品功能和服务特色）或无形的（情感或象征意义）的意义，使产品或服务增加了某些附加价值

每个品牌都有一个战略目的：把自己同其他竞争对手区别开来  
(来源：ESOMAR 在线词汇)



欲了解 MVA 品牌咨询的详细情况，请联系我们：[bmsr@mvaasia.com](mailto:bmsr@mvaasia.com)

MVA 的品牌咨询提供的服务：

- 全面协商品牌建设战略，为了启动新品牌以及现有的品牌寻求重新定位，或品牌延伸
- 以专业和客观的态度，在特定的**品牌工作坊**上，对客户内部和外部利益相关者进行研究及提供专业顾问建议
- 全面服务的品牌研究方案（BrandVA™）为了监测和调控品牌战略和战术的实施，以便观察自己的品牌和竞争品牌的表现

...一个 MVA 的品牌和战略定位的研究工具

**Brand VA™** 是一项增值的，直接且全面的提供营销品牌开发和监测需求解决办法的服务。

MVA Business, Market and Social Research (BMSR)

品牌工作坊 –  
Brand VA™ – 品牌和策略性定位研究工具

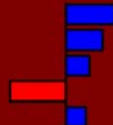
研究分析框架

Brandva™ 阶梯



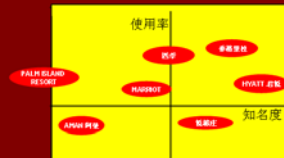
客户与品牌间的关系 – 从认知到忠诚

Brandva™ 锯齿形



品牌与其他竞争者，与客户关系的优劣对比

Brandva™ 图



市场上多主要品牌，在双因子互动（上例：知名度 vs 使用率）的表现，以了解品牌之间的发展空间

品牌特征网



品牌的人性化特征，显示出客户是如何看待不同品牌的形象（透过客户在问卷访问时对品牌特征的同意与不同意评分）