

瞄准触点

释放品牌能量

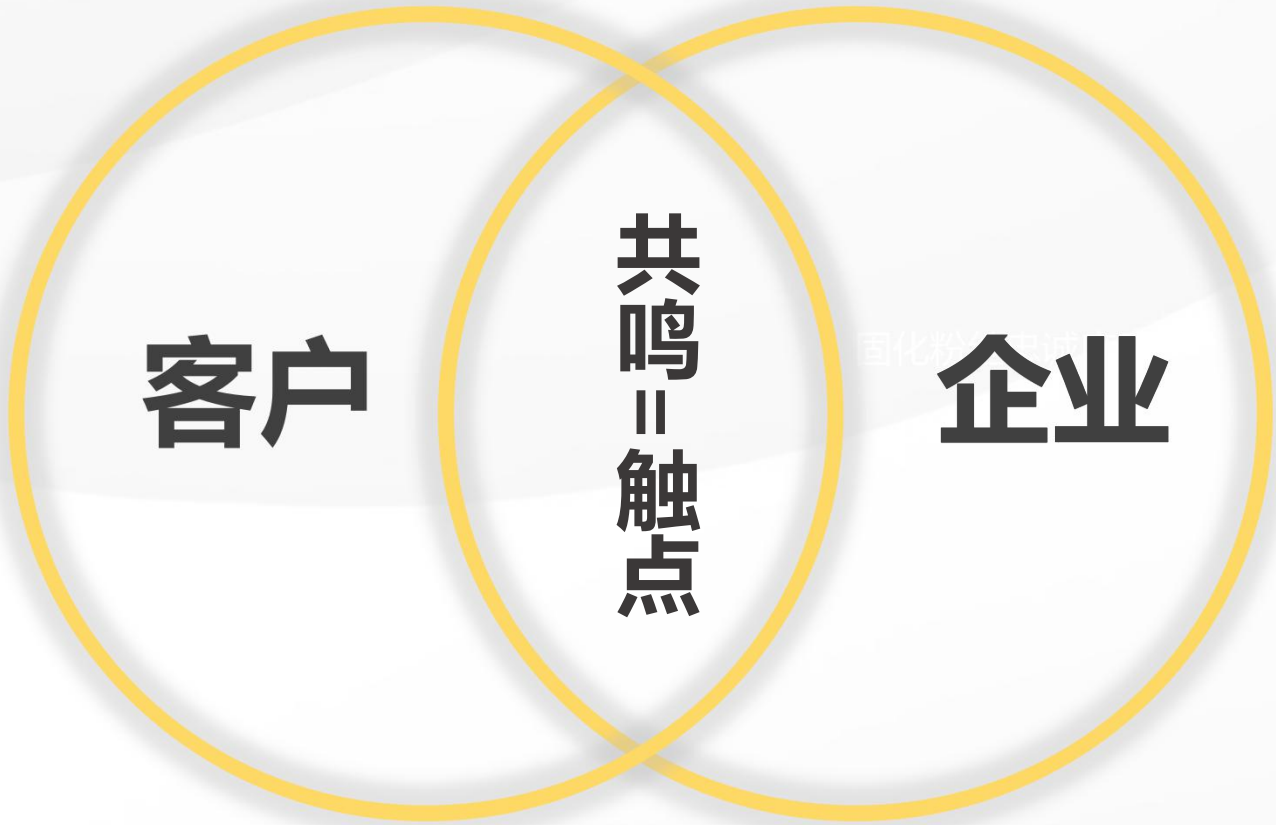
The power of the brand

徐学梅

保利物业发展研究院副院长

客户导向

客户导向



物业行业品牌传播

难点？

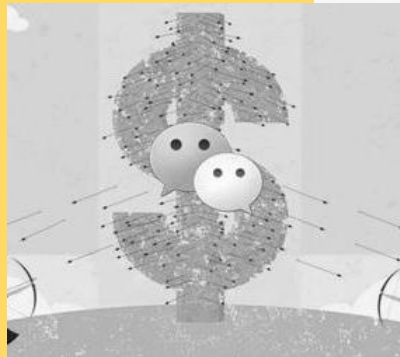
痛点？



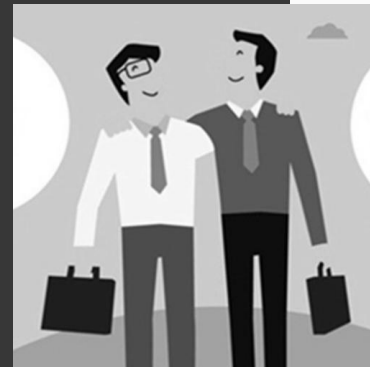
难点? 痛点?

难兴: 难兴:

吸粉?



固化粉丝忠诚度?



化解企业品牌危机?



把握触点, 增强互动?





有限的能

Limited capacity

有限的能

动能

伴随著物质运动的能量

- 活动组织
- 服务内容

势能

物质静止时所具有的能量

- 行业地位
- 体量规模

辐射能

影响→←响应

- 受众参与
- 形成对话

有限的能

dòng néng

动能

伴随著物质运动的能量

保利物业构筑的服务标准与体系

组织的每个活动与行动

都是在传递和传播品牌

匹配
受众
需求

品牌
信息
宣导

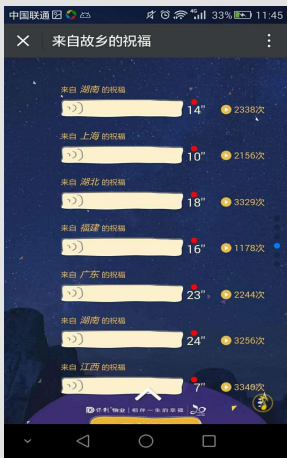
员工
归属感

更新
行业
标准

有限的能

匹配受众需求

亲情和院H5：
2015 - 亲情计算器
2016 - 来自故乡的祝福
2017 - 幸福影像



增强员工归属感

保洁员管师傅
技能大赛 匠心坚守



dòng néng
动能

品牌信息宣导

"2+4" 跨业态物
业管理服务经验



更新行业标准

企业智库
和悦会



有限的能

shì néng

势能

物质静止时所具有的能量
与它所处的位置和状态有关

央企身份，家国担当

服务300万高净值人群
可联动资源广泛

联动
资源

企业
社会责任

有限的能

联动资源

2017.12.18
和院志愿服务队正式成为
中国志愿服务联合会会员



- 中国志愿者联合会
- 和基金
- 国学大讲堂
- 保利大剧院

shì néng
势能

企业社会责任



- 和院志愿队
- 和乐中国
- 国学进社区
- 和基金

有限的能

fú shè néng

辐射能

单向传播指向双向互动发挥辐射作用，
影响别人开放渠道，去响应别人

主线：“亲情和院”

传播场域：由“把关人”构建

品牌定位：清晰、稳定

受众：接触—认知—认识—认可

有限的能



fú shè néng

辐射能





无穷的**量**

Infinite energy

无穷的量

传播
主体

- 三级传播渠道

传播
内容

- 焦点、记忆点

品牌
延伸
传播

- 上下游子品牌

危机
管控

- 把控话语权

无穷的量

传播主体

- 总部-行业发声
- 区域-当地传播
- 项目-业主群体

三级传播渠道既是传播平台，也是行为主体

通过三级共同发声

增强“总部--项目”双向传播协同

扩大传播范围

实现品牌核心共建

武汉-绿化



上海-G20



成都-金钥匙



厦门-台风抢险



重庆-停电应急



天津-工程微创新



无穷的量

传播内容

服务动作唯有抓取**受众关注焦点**，在传播中引发集聚效应，牵引用户进行二次传播.....

焦点

记忆点

卖点

- 质量
- 数量
- 声量



无穷的量

品牌延伸传播

将品牌传播的能量延续到上下游子品牌领域，有效带动子品牌的传播，实现子品牌价值增益。

子品牌的成功，又将反哺提升母品牌的品牌资产，实现品牌叠加效应。



商办项目
和创服务



社区居家养老
保利和悦会



智能平台
保利芯智慧



社区增值平台
熊猫仓

无穷的量

有效管控品牌危机



VS



“黄金时间” + 勇于承担 + 真诚 = 把控舆论话语权

能，是有限的传播内容
量，是无穷大的影响力

传播，是物业服务裂变的核心能量

十九大向世界描绘了奋力开启社会主义现代化强国新征程的壮美图景。

当我们洞悉消费者触点培育出具有中国特色的品牌能量；

当品牌产生的叠加效应拉动企业升级；

当品牌强国正成为经济全球化浪潮中决胜的关键指标。

我们必将在持续的品牌传播裂变中，

向世界级品牌企业的舞台中央持续迈进。

所有传播的目的，是我们希望消费者说：「这真是个好产品」，
而不是说：「这是一次好传播」。

——劳双恩



抓住触点进行传播，为品牌赋能，方能释放**品牌能量**



感谢一路有你

2018年6月 · 贵阳