

中原消费行业老总话品牌(二)

业内商家就品牌各抒己见

做好市场必须依托品牌价值

改革开放30年,郑州消费领域寻找第一品牌活动

而随着市场的竞争愈演愈烈,产品快速地推陈出新,各企业更为多元化,外资、外企的介入,使我们的产业竞争走向国际化、直接化、白热化。面对这样一种竞争态势,靠什么参与竞争,以使企业的市场占有率保持在一个适度的水平上呢?要想赢得挑战,必须用品牌来支撑。

继上期中原消费行业老总话品牌活动推出后,得到了业界的普遍关注,业内商家对品牌建设这一话题表现出了浓厚的兴趣,纷纷从各自企业的品牌建设方面感悟出很多的经验。

品牌是一个企业的灵魂

海天假日酒店总经理 吕唯实

品牌是现代企业赖以生存的基础。海天假日酒店把创品牌列入企业发展的第一目标,着重深化酒店的核心竞争力,细分产品、规范服务模式,强化产品特色,最大限度发挥酒店的核心竞争力,使硬件设施和服务功能更加完善,整体布局更加科学,产品优势得到进一步的保证。在管理上向传统文化“借力”,注入更多的情感要素,并通过强化管理效果;服务上就必须实施服务创新,通过“量体裁衣”的方式,为每一位消费者提供最能满足其个性需求的产品或服务,即定制化的服务。



做品牌就是做良心产品

深圳富雅泰家具有限公司总经理 张玉凤

15年的床垫市场经验,铸就了从企业创立之初,重视品牌的效用,坚持走品牌之路,用品牌去打造世界级的床垫,带给消费者一种高档、富贵、健康的感受。长久以来,我们做产品就是做良心,做品牌不是为了光赚钱,我们也有社会的责任和义务。总之做品牌是件辛苦的事情,但是在辛苦的背后,消费者对我们品牌的满意程度,也是对我们辛苦的认可,也是多年来,我们做良心产品的回报。



质量为本 渠道为王

郑州普罗麦斯商都酒业有限公司总经理 贾民亮

产品品质是品牌建设的基础,有优质产品才会有优秀的品牌。渠道是品牌的保证,只有渠道的优势,优秀的品牌才会更上一层楼。在我们企业,我们通过从法国直接引进法国原装酒,在材料上我们保证了酒的纯正和质量,其次,酒行业必不可少的流通方式就是渠道,而对于我们来讲,我们的品质定位,就决定了我们只做团购和大型的流通渠道,而一些零售终端是没有的。因此,我认为,正是我们产品品质的基础和渠道的保障,我们的品牌才能长久不息。



品牌就是一种坚持

西部酒城营销中心总经理 王毅

每个企业都有自己的核心竞争力,而对于我们来讲,核心竞争力就体现在我们的文化中,当我们的品牌建立起来,用心去维护的时候,我们感受到的是坚持,只有坚持,才能把品牌建设好。夜生活是一种生活方式,有很浓郁的文化色彩,外来的因素比较多。我们西部酒城所做的也是“炒更”文化,低而不俗,根据我们郑州的文化特点,给老百姓提供娱乐的场所,因此我们的核心文化就是一种普通老百姓娱乐文化,其品牌核心部分也就在于满足老百姓娱乐的品牌。



品牌靠管理维护

河南湘粤情酒店管理有限公司总经理 周志勇

维护好品牌,就要从管理上着手,无理由退菜、客人永远是对的。让客人真正得到超值的美味享受,是我们永远的追求。湘粤情酒店品牌进驻郑州已经有三年多,我们在管理上及时地进行调整,扎扎实实地做好管理,抓好出品质量和服务,一步一步地通过自己的努力服务好顾客。与此同时,时刻坚持培训,投入大量资金不断提高员工队伍的素质,走出去请进来,不仅向省内的品牌酒店学习,还走出去向省外的知名酒店学习,学习他们的管理、卫生、菜肴和服务。



打好基础不断攀登

金百万烤鸭酒店董事 任彦

随着餐饮业的不断发展,对于现在的消费者来说,品牌消费成为餐饮市场的主流。我们要开创百年老店的招牌,要“苦练内功”。在产品上,从原材料进店开始,到菜品的生成,不仅给广大消费者带来健康、天然、绿色、安全的食物,而且把成本消耗在店中,各环节降低成本,让价格更实惠,服务上,把服务增值的概念深入人心,使金百万烤鸭这个品牌在无形中灵活起来,渗透在经营行为的各个方向中去,从而树立起我们的品质形象,稳固品牌价值,从而达到经济效益和社会效益的双丰收。



品牌是诚信 是通行证 也是桥梁

舒来喜火锅董事长 舒来喜

舒来喜鱼火锅品牌创建以来,我们一直秉承诚信原则而经营发展,品牌在某种程度上说,既是一种标准,也是一项承诺,既是企业定位市场的通行证,也是和消费者之间架起的一座桥梁。塑造独有品牌形象,应该以企业的理念精神作为指导,把服务创新作为核心,从而增强品牌的竞争力。舒来喜以“创造和谐,体现美满”作为经营理念,结合产品自身的特点,在服务方法和策略上注入企业文化和情感,让员工明白自己的职能,从而使服务文化内涵和文化特色不断创新。



细节决定成败,质量铸就品牌

鼎鼎红(香港)国际连锁有限公司经理 江迎春

品牌是消费者选择的向导,是产品质量与信誉的保证,又是企业竞争力的综合体现,港式火锅鼎鼎红,在管理上严格要求,在经营上慎重求实,在产品上不断创新,在服务上精益求精,真正做到以消费者满意为宗旨,做好超越消费者期望的每一个细节,把质量视为企业长久发展的保证,把消费者视为企业的生命源泉,用消费者的高满意度、高回头率、高上座率、高口碑效应来证明我们的一切努力,为消费者每次每人的消费经历都留下良好的记忆。



品牌给消费者留下美好心灵烙印

郑州东府餐饮有限公司董事长 周云朋

品牌是品牌经营者和消费者之间心灵的烙印。烙印是美丽还是丑陋,是深还是浅,就决定着品牌力量的强弱,品牌资产的多寡和品牌价值的高低。在餐饮行业尤为如此,品牌的创新提升其实就是给消费者留下这个完美的烙印。东府饭店在创品牌初期就在菜系质量上和完美的服务上做到了尽善尽美,在店内的风格形象上也做了突破性的改革,同时在精辟的企业文化和优秀的管理上也做了卓有成效的提升来作为保证品牌成功的依靠,使品牌得以健康的成长。在消费者心中留下一个美好的烙印。



创新才能持续品牌发展

南湾家宴总经理 陈杰

改革开放30年来,中国餐饮市场发生了巨大变化,餐饮企业的数量和餐饮的种类都得到前所未有的发展,餐饮市场的竞争也越发地激烈和残酷,为求得更大的发展,与时俱进的餐饮企业,从模式创新、制度创新到战略创新,不断地寻求自身发展的良方,餐饮企业上市已成为餐饮业划时代的创举,餐饮行业不仅成为中国经济新的增长点,同时也为社会解决了大量的就业岗位。餐饮企业只有凭借高品质的产品、周到完善的服务以及规范科学的内部管理,打造出强势优良的品牌,企业才能真正做大做强。

