

# 品牌佈局四步驟健檢表

競爭激烈，你應該更重視策略，找到合適的顧客區隔與獨特價值主張才不會浪費行銷資源，獨家四步驟，先做好策略佈局再進行成長行銷！

- 定位：你是誰，你與其他人有何不同？你會如何幫助我（顧客）？
- 建構：你真的如你所說嗎，我（顧客）為什麼要相信你？
- 成長：你是誰，顧客該如何知道你？
- 優化：他是誰，你假定的顧客與數據表現真的一樣嗎？

階段	項目	是否進行
1. 品牌定位期	是否有調查市場競爭狀況及類似產品售價？	
	是否有透過市調分析建立消費者輪廓？	
	是否知道消費者買單與不買單產品的原因？	
	是否有運用十字圖建立品牌定位？	
	是否有行銷年度計畫？及設定階段對應指標	
	是否有關鍵字及內容策略？	
	是否有建立 google analytics / search console / google tag manager？	
2. 品牌建構期	是否有新聞議題建立熟悉感？	
	是否有品牌影片建立親密感？	
	是否有官網內容行銷建立信任感？	
	是否有 KOL 建立建立熟悉感？	
	是否有申請專利、標章、證書增加信任感？	

階段	項目	是否進行
3.初步成長期	是否有活動創意引爆話題？	
	是否有廣告投放放大話題？	
	是否有知識內容傳遞品牌訴求？	
	是否有累積消費者評價？	
	是否有結合團購銷售？	
4. 驗證優化期	是否有分析購買客群輪廓？及購買動機	
	是否有分析廣告 / 內容素材數據？	
	是否有分析跳出率、流量、停留時間等行為數據	
	針對上述分析是否有後續優化行動？	

想取得自家品牌的佈局建議嗎？零一過去累積過不同成長階段的品牌輔導經驗，歡迎電話撥打「02-2622-0001」和零一專業顧問預約諮詢。