

# 以企业文化提升品牌文化

刘 胜

陕西飞机工业有限责任公司 陕西 汉中 723213

**摘要:** 本文首先简要介绍了以企业文化提升品牌文化的重要性,分析了当前企业文化与品牌文化的现状,并提出了以企业文化提升品牌文化的策略,包括强化企业文化与品牌文化的联系、创新企业文化、塑造独特的品牌文化、加强品牌营销、持续改进产品和服务、营造良好的企业氛围等。以提高员工的归属感和忠诚度,增强企业的整体效率和竞争力,进而提升企业的品牌形象和品牌文化。

**关键词:** 企业文化; 品牌文化; 策略

## 引言

随着市场竞争的日益激烈,品牌文化成为企业核心竞争力的重要组成部分。企业文化作为企业的灵魂和精神支柱,对于品牌文化的塑造和提升具有重要意义。本文将探讨以企业文化提升品牌文化的重要性,分析当前企业文化与品牌文化的现状,如企业文化与品牌文化脱节、企业文化缺乏创新、品牌文化缺乏个性等,并提出一系列有效的策略。

### 1 以企业文化提升品牌文化的重要性

企业文化和品牌文化在企业的成功中扮演着重要的角色。它们是企业的灵魂,反映了企业的价值观、使命、愿景和目标。一个强大的企业文化和品牌文化可以提升企业的形象,增强员工的归属感和忠诚度,提高企业的市场竞争力。首先,企业文化是品牌文化的基础。企业文化体现了企业的核心价值观和行为准则,它影响着员工的行为和态度。一个积极、健康的企业文化可以激发员工的积极性和创造力,提高员工的工作效率和满意度。同时,企业文化也可以帮助企业塑造独特的品牌形象,使消费者更容易记住和认可企业。其次,品牌文化是企业文化的重要体现。品牌文化是企业形象的重要组成部分,它反映了企业的价值观和品牌形象。一个成功的品牌文化可以使消费者对企业产生信任和好感,提高企业的市场占有率和竞争力。同时,品牌文化也可以帮助企业更好地与消费者沟通,了解消费者的需求和反馈,从而不断改进产品和服务。最后,企业文化和品牌文化是相互促进的。一个强大的企业文化可以提升品牌文化的价值,而一个成功的品牌文化也可以促进企业文化的建设和发展。因此,企业应该注重企业文化和品牌文化的建设和发展,通过不断改进和创新来提升企业的竞争力和市场地位。企业文化和品牌文化对于企业的成功至关重要。企业应该注重培养积极、健康的企业文化

和品牌文化,通过不断改进和创新来提升企业的竞争力和市场地位。

## 2 企业文化与品牌文化的现状

### 2.1 企业文化与品牌文化脱节

企业文化与品牌文化脱节的现象在当今的企业界并不罕见。一些企业过于关注短期的经济利益,而忽视了企业文化和品牌文化的长期建设。这导致了两者之间的脱节,使得企业的品牌形象无法得到有效的提升,也影响了企业的长期发展。企业文化与品牌文化脱节的表现主要有以下方面:缺乏统一的价值观和理念。企业文化和品牌文化应该是一致的,但是有些企业却缺乏统一的价值观和理念,使得员工在工作中缺乏明确的指导思想,影响了工作效率和团队协作<sup>[1]</sup>。品牌形象与企业文化不符。有些企业的品牌形象与企业文化并不相符,这使得消费者在认知上产生了混乱,影响了品牌的认知度和忠诚度。缺乏有效的传播和推广。有些企业虽然有很好的企业文化和品牌文化,但是缺乏有效的传播和推广,使得消费者无法了解和认知企业的文化和品牌,影响了企业的市场竞争力。

### 2.2 企业文化缺乏创新

企业文化缺乏创新的问题在当今的企业界也相当普遍。一些企业的企业文化过于保守,缺乏创新精神,无法适应快速变化的市场环境。这使得企业在竞争激烈的市场中处于劣势地位,无法跟上时代的步伐。企业文化缺乏创新的表现主要有以下方面:思维模式僵化。一些企业的管理者和员工思维模式僵化,缺乏开放性和创新性,无法接受新的想法和理念。这使得企业在面对新的市场变化时无法快速反应,错失了发展机遇。缺乏创新机制。一些企业缺乏有效的创新机制,没有为员工创新提供足够的支持和激励。这使得员工在工作中缺乏创新的动力和热情,影响了企业的创新能力和竞争力。缺

乏创新文化。一些企业的企业文化缺乏创新精神，没有形成鼓励创新的氛围。这使得员工在工作中缺乏创新的勇气和胆识，不敢尝试新的想法和做法，限制了企业的发展空间。

### 2.3 品牌文化缺乏个性

品牌文化缺乏个性是当前许多企业面临的问题。一些企业的品牌形象和宣传策略过于平庸，缺乏独特性和个性化，无法与消费者产生共鸣。这使得消费者对品牌的认知度和忠诚度不高，影响了企业的市场竞争力。品牌文化缺乏个性的表现主要有以下方面：品牌形象雷同。一些企业的品牌形象与竞争对手相似，缺乏独特性和个性化。这使得消费者在选择品牌时难以区分，影响了品牌的认知度和市场竞争力。缺乏品牌故事。一些企业缺乏对品牌历史的挖掘和传承，没有形成独特的品牌故事。这使得消费者对品牌的认知度和忠诚度不高，影响了企业的市场竞争力。缺乏与消费者的情感连接。一些企业的品牌文化缺乏与消费者的情感连接，无法与消费者产生共鸣。这使得消费者对品牌的认知度和忠诚度不高，影响了企业的市场竞争力。

## 3 以企业文化提升品牌文化的策略

### 3.1 强化企业文化与品牌文化的联系

在当今竞争激烈的市场环境中，企业文化和品牌文化对于企业的成功至关重要。两者之间存在着紧密的联系，企业文化可以提升品牌文化，进而提升企业的竞争力。为了强化企业文化与品牌文化的联系，企业需要采取以下策略：首先，建立一致的价值观和使命。企业文化和品牌文化都代表着企业的价值观和使命。只有当两者在价值观和使命上保持一致时，才能使消费者更容易记住和认可企业。因此，企业需要明确自身的价值观和使命，并将其融入到企业文化和品牌文化中<sup>[2]</sup>。其次，加强员工培训和教育。员工是企业文化的传承者，也是品牌文化的传达者。只有当员工更好地了解 and 认同企业文化和品牌文化时，才能更好地传达这些价值观和使命。因此，企业需要加强对员工的培训和教育，提高员工对企业文化和品牌文化的认知度和认同感。最后，将企业文化融入品牌传播。品牌传播是提升品牌文化的重要手段。只有通过将企业文化融入品牌传播中，才能使消费者在接触企业品牌时能够更好地了解和感知企业文化。因此，企业需要在品牌传播中注重表现企业文化的元素，如企业的历史、理念、文化特色等，以此来提升消费者对品牌的认知度和忠诚度。

### 3.2 创新企业文化

创新是企业发展的重要驱动力，也是提升品牌文化

的重要手段。为了创新企业文化，企业需要采取以下策略：首先，建立创新奖励机制。员工是企业创新的主体，他们每天都在为企业的发展做出贡献。只有当员工的创新想法得到认可和奖励时，才能激发他们的创新热情和创造力。因此，企业需要建立一套完善的创新奖励机制，鼓励员工提出新的想法和创意，从而促进企业文化的创新。其次，定期评估企业文化。企业文化是不断变化的，需要定期评估其状况，发现存在的问题，并采取措施进行改进和创新。通过对企业文化的评估，可以了解员工对企业的认知和态度，发现企业文化中的优点和不足，从而为进一步创新企业文化提供依据。最后，与时俱进。市场环境是不断变化的，企业需要及时调整和创新企业文化，使其适应市场的需求和发展趋势。只有与时俱进的企业文化才能引领企业走向成功。因此，企业需要不断更新自身的企业文化，使其与市场环境相适应，从而提升企业的竞争力和市场地位。

### 3.3 塑造独特的品牌文化

塑造独特的品牌文化是提升品牌价值的关键。为了实现这一目标，企业需要采取以下策略：首先，深入挖掘品牌历史和文化。品牌历史和文化是品牌个性的重要来源。通过对品牌历史和文化的深入挖掘，可以了解品牌的起源和发展过程，从而为品牌的个性化建设提供基础。企业可以通过收集品牌历史资料、研究品牌文化传统、挖掘品牌故事等方式，深入了解品牌的历史和文化，为品牌的个性化建设提供灵感和依据。其次，找准目标市场和消费者群体。不同的市场和消费者群体对品牌的认知和需求是不同的。为了塑造独特的品牌文化，企业需要对市场进行深入了解和分析，找准目标市场和消费者群体，从而为品牌的个性化建设提供依据。企业可以通过市场调研、数据分析等方式，了解消费者的需求和偏好，为品牌的个性化建设提供方向。最后，设计独特的品牌形象。品牌形象是品牌个性的重要体现。通过设计独特的品牌形象，如标志、包装、形象代言人等，可以使品牌在消费者心中留下深刻的印象。企业可以根据品牌历史和文化、目标市场和消费者群体的特点，设计出符合品牌个性的品牌形象，从而提升品牌的认知度和美誉度。

### 3.4 加强品牌营销

品牌营销是提升品牌文化的重要手段。为了加强品牌营销，企业需要采取以下策略：首先，制定有针对性的营销策略。营销策略是品牌营销的核心，包括价格、促销、分销等策略。企业需要根据市场调研和数据分析的结果，制定有针对性的营销策略，以提高品牌的知名

度和美誉度。例如,企业可以通过降价、赠品等促销方式吸引消费者的注意力,也可以通过在社交媒体上发布品牌信息、与消费者互动等方式扩大品牌的影响力。其次,开展品牌活动。品牌活动是增加消费者对品牌参与度和忠诚度的重要手段。企业可以通过举办各种品牌活动,如发布会、展览、公益活动等,吸引消费者的关注和参与。例如,企业可以在发布会上发布新产品或新服务,展示企业的创新能力和实力;也可以通过公益活动展示企业的社会责任感和形象,提高品牌的声誉和形象。最后,利用社交媒体等新媒体平台。社交媒体等新媒体平台是现代社会中信息传播的重要渠道。企业可以通过利用这些平台与消费者进行互动和交流,及时获取消费者的反馈和意见,从而改进产品和服务。例如,企业可以在社交媒体上发布品牌信息、与消费者互动、回复消费者评论等方式,与消费者建立良好的关系,提高品牌的认知度和美誉度。

### 3.5 持续改进产品和服务

持续改进产品和服务是提升品牌文化的重要手段。为了实现这一目标,企业需要采取以下策略:首先,关注消费者需求。消费者是企业的重要资源,他们的需求和偏好是企业产品和服务设计和开发的重要依据。企业需要通过市场调研和数据分析,了解消费者的需求和偏好,从而为产品和服务的设计和开发提供依据。例如,企业可以通过调查问卷、用户访谈等方式收集消费者的反馈和意见,了解消费者的需求和偏好,为产品和服务的设计和开发提供方向。其次,优化产品和服务<sup>[1]</sup>。产品和服务的质量和性能是消费者选择企业的重要因素。企业需要不断优化产品和服务的质量和性能,提高消费者的满意度和忠诚度。例如,企业可以通过改进生产工艺、提高产品质量、优化服务流程等方式,提高产品和服务的质量和性能,从而增加消费者的忠诚度和满意度。最后,创新产品和服务。随着市场环境的变化和消费者需求的不断变化,企业需要不断创新产品和服务,以满足消费者的需求并提高企业的竞争力。企业可以通过引入新技术、开发新产品、拓展新市场等方式进行创新,从而为消费者提供更好的产品和服务体验。

### 3.6 营造良好的企业氛围

营造良好的企业氛围是提升品牌文化的重要策略之

一。一个积极向上、公正公平的企业氛围可以激发员工的归属感和工作热情,提高员工的工作积极性和满意度,进而提升企业的品牌形象和企业文化。为了营造良好的企业氛围,企业需要采取以下策略:首先,建立公正公平的管理制度。管理制度的公正公平是员工积极工作的基础。企业需要建立完善的管理制度,确保员工的工作表现得到公正评价和奖励,从而提高员工的工作积极性和满意度。例如,企业可以建立科学的绩效评估体系,对员工的工作表现进行客观评价,并根据评价结果对员工进行奖励或惩罚,从而激发员工的工作热情和积极性。其次,加强团队建设。团队建设是提高员工凝聚力和协作能力的重要手段。企业可以通过各种活动和培训,提高员工的团队合作意识和协作能力,从而增强企业的整体效率和竞争力。例如,企业可以组织员工参加户外拓展活动、团队建设游戏等,以增强员工之间的沟通和协作能力。最后,营造积极的企业氛围。积极的企业氛围可以使员工感到企业的温暖和关怀,从而提高员工的归属感和忠诚度。企业可以通过各种途径和手段,营造积极向上的企业氛围,例如,在办公室布置上注重人性化和舒适性、组织员工参加文化娱乐活动、为员工提供健康关怀等,从而营造出一个积极、健康、愉悦的工作环境。

### 结语

总之,以企业文化提升品牌文化是企业发展的的重要途径。通过建立公正公平的管理制度、加强团队建设、营造积极的企业氛围等方法,可以提高员工的归属感和忠诚度,增强企业的整体效率和竞争力,进而提升企业的品牌形象和企业文化。企业应重视企业文化的建设和发展,将其作为提升品牌文化的重要手段,为企业的长期发展奠定坚实基础。

### 参考文献

- [1]杨磊.浅析企业文化在企业发展中的作用[C].河南有色金属学会,2018:1-8.
- [2]李惠勤.以企业文化建设推动企业管理创新[J].管理观察,2017(23):17-18.
- [3]雷国锋.重视企业文化建设推动品牌文化发展[J].口腔护理用品工业,2016,26(04):37-39.