



# 品牌形象战略规划

产品设计部—— 2017.09.07

改不改

怎么改

# 为什么要改名



## 用户调研反馈

样本量60人



## 竞品调研

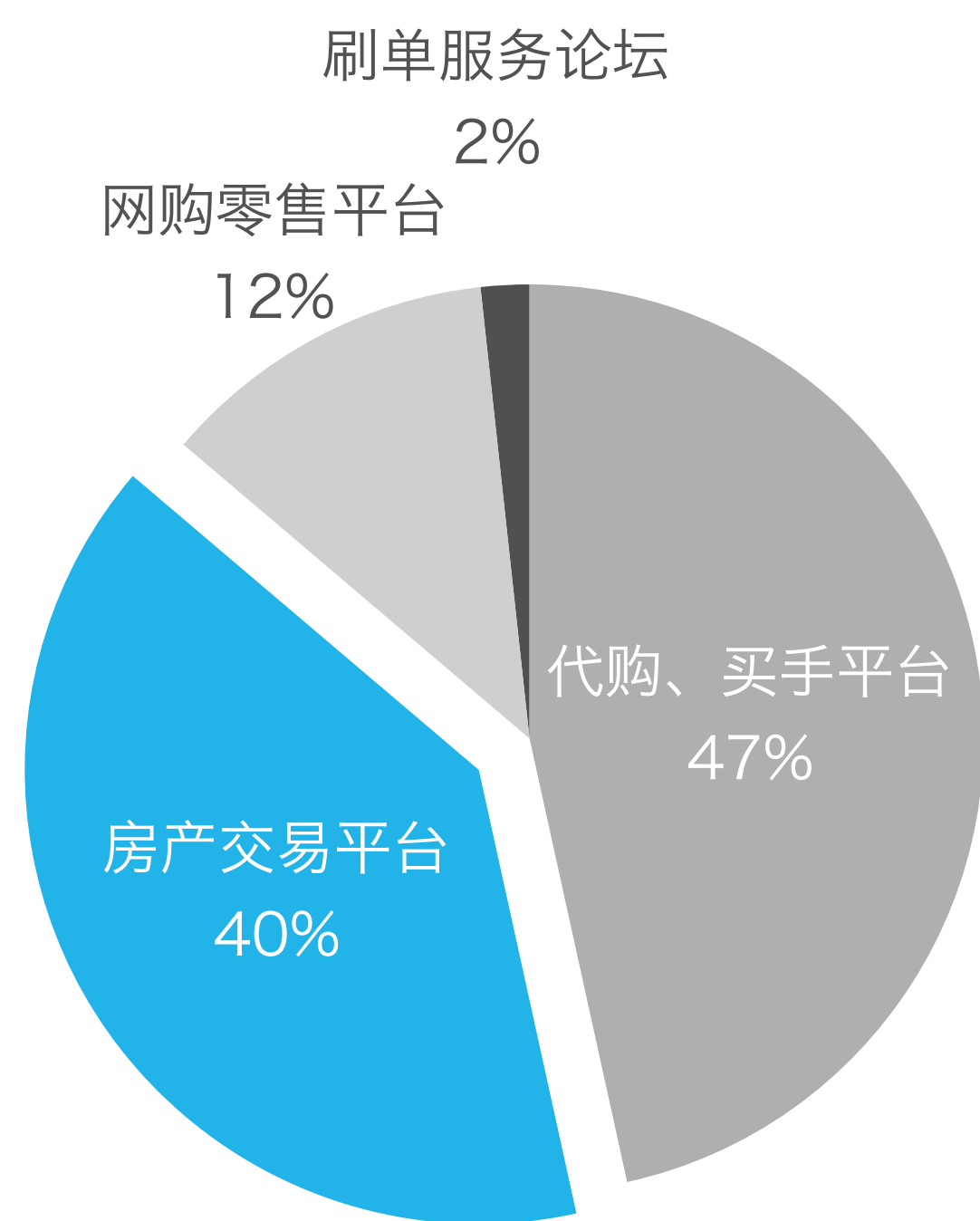
4家相关竞品



## 商标注册

5大注册类别

# 用户调研 — 60%用户无法将“买家帮”与房地产行业结合



## 真实用户调研反馈

“

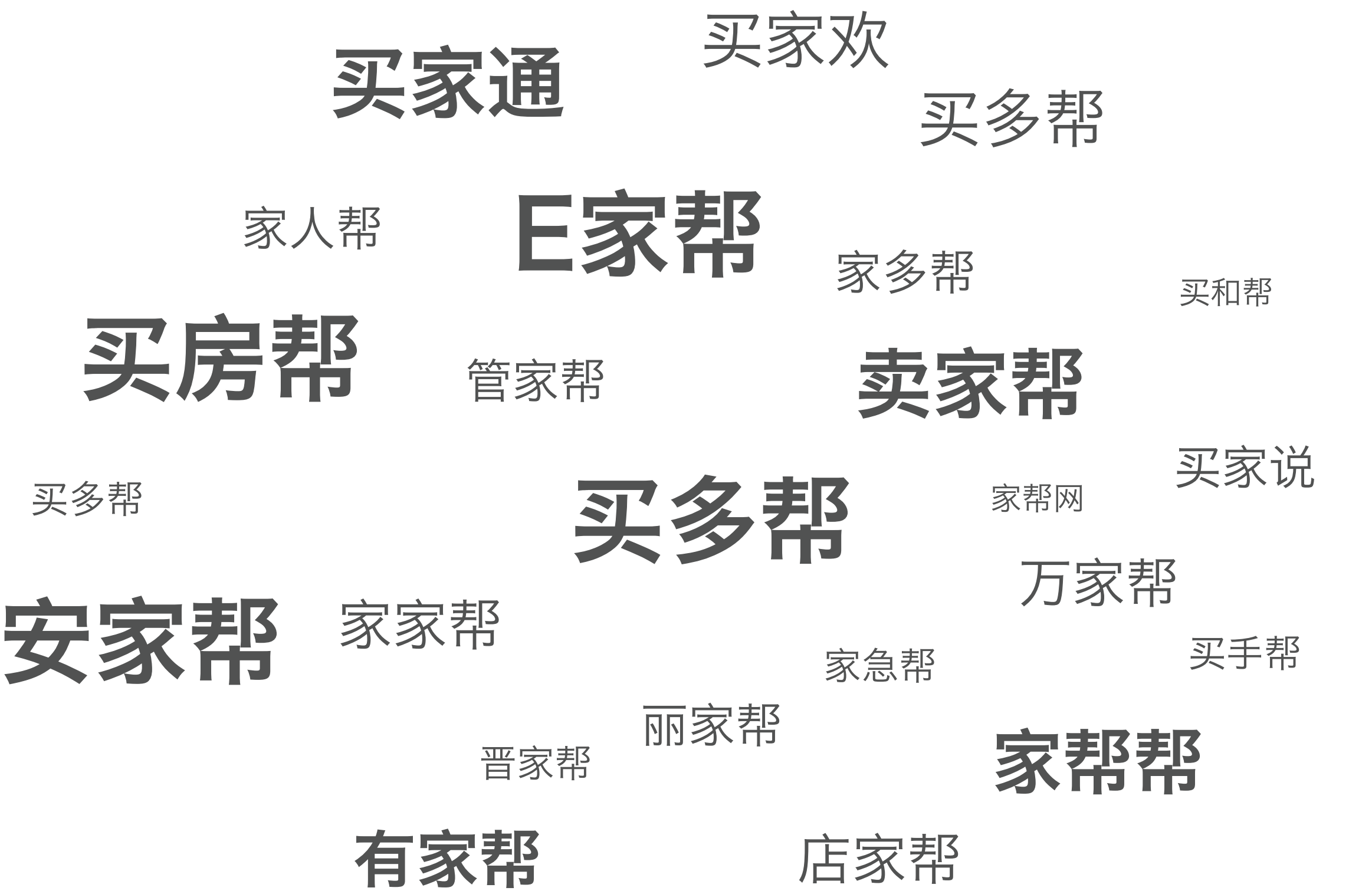
买家帮不能够直观的让顾客理解到是和房产有关。

以为是淘宝用户集结的帮派

联想到网店

像是代购相关平台

竞品调研 — 同类型名称较多，难以形成独特印象



## 商标注册一类别面临被抢注风险



36



35



9



38



42





# Q&A

相关其他问题解答



## 1、现在更名是否合适？

**在产品正式上线运营推广前，是最佳变更时期**

当产品正式上线，形成了一定品牌效应和影响力后，再基于市场冲击进行改变时，将会打破用户固有认知，使品牌知名度大幅下降，并造成重复性劳动。



## 2、品牌更名仅仅只是一个文字游戏吗？

**不是，品牌名承载了整个产品的定位及战略规划，影响深远**

品牌名影响到业务定位、产品调性、市场推广策略等诸多方向，一个好名字可以大大促进一个产品的成功。



## 3、品牌更名对买家帮企业主体是否有影响？

**无影响**，多数互联网公司品牌名与公司企业名称不同，例：



炫一下（北京）科技有限公司



上海瑞家信息技术有限公司



北京跳鼠科技有限公司

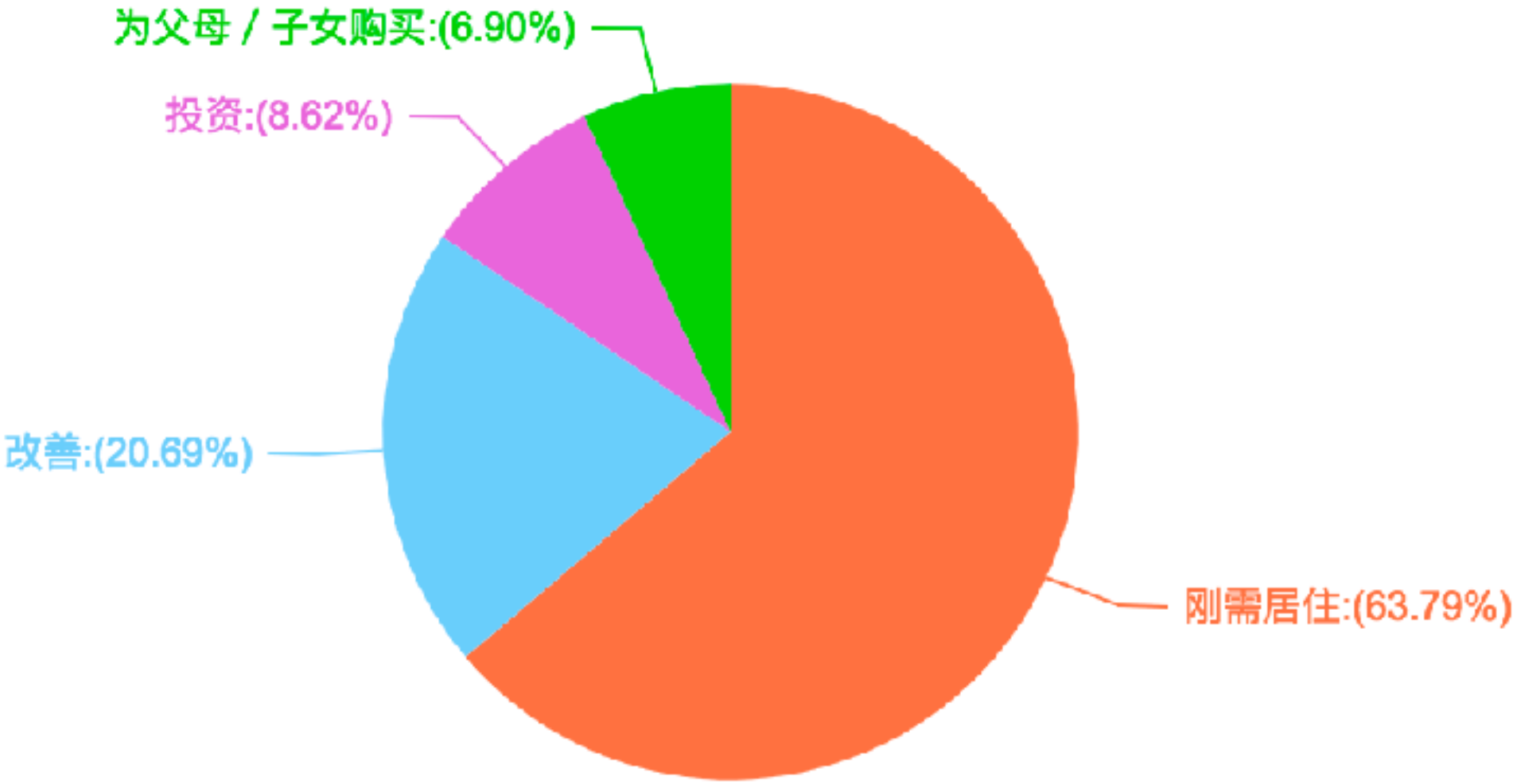
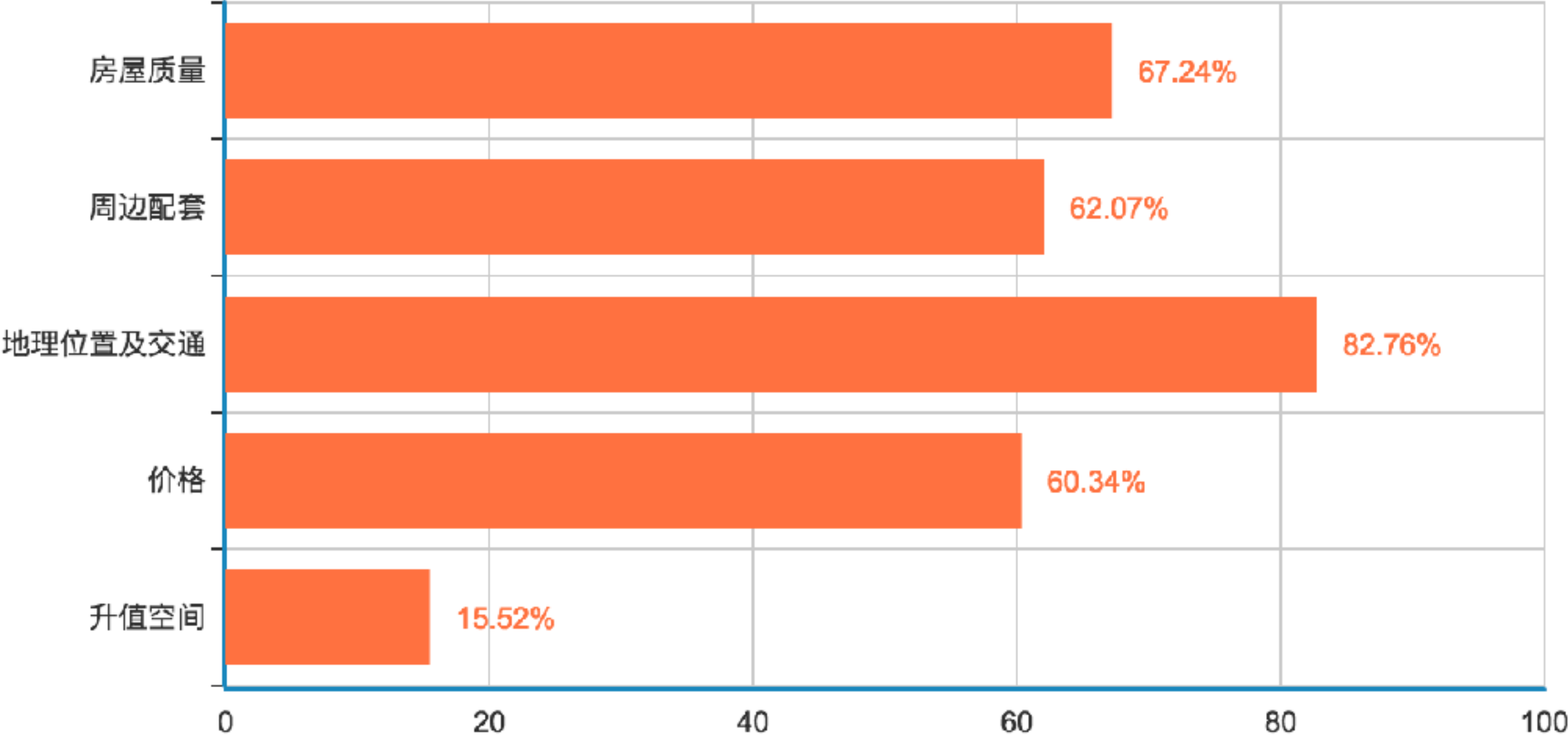


北京小桔科技有限公司

怎么改

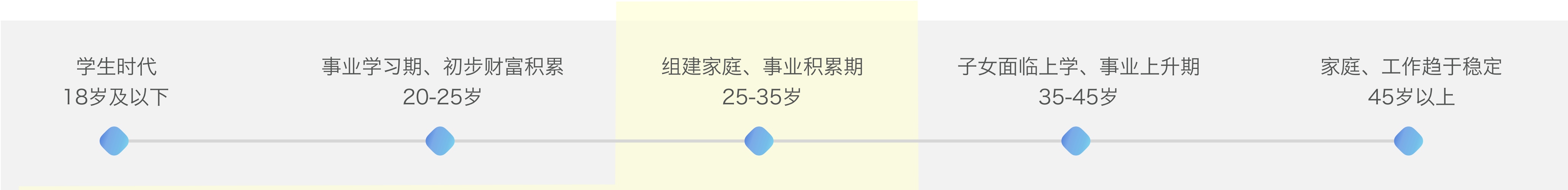


# 我们的用户关心什么

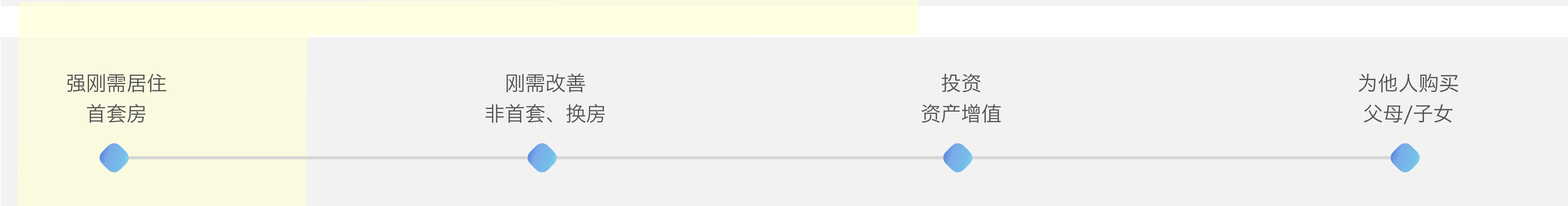


# 受众人群简易用户画像

人生阶段



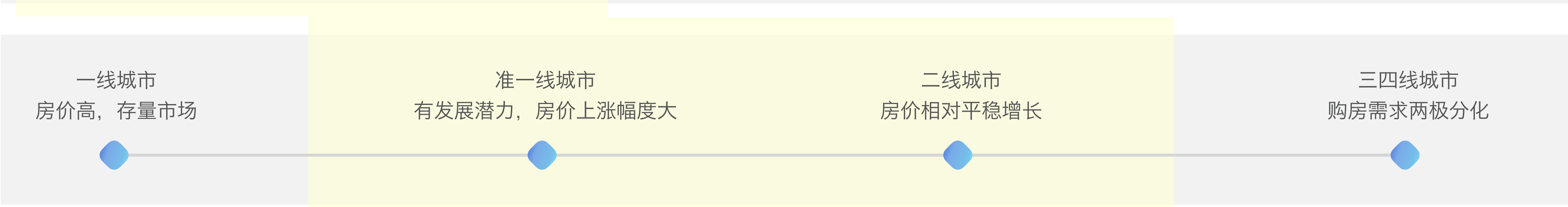
购房目的



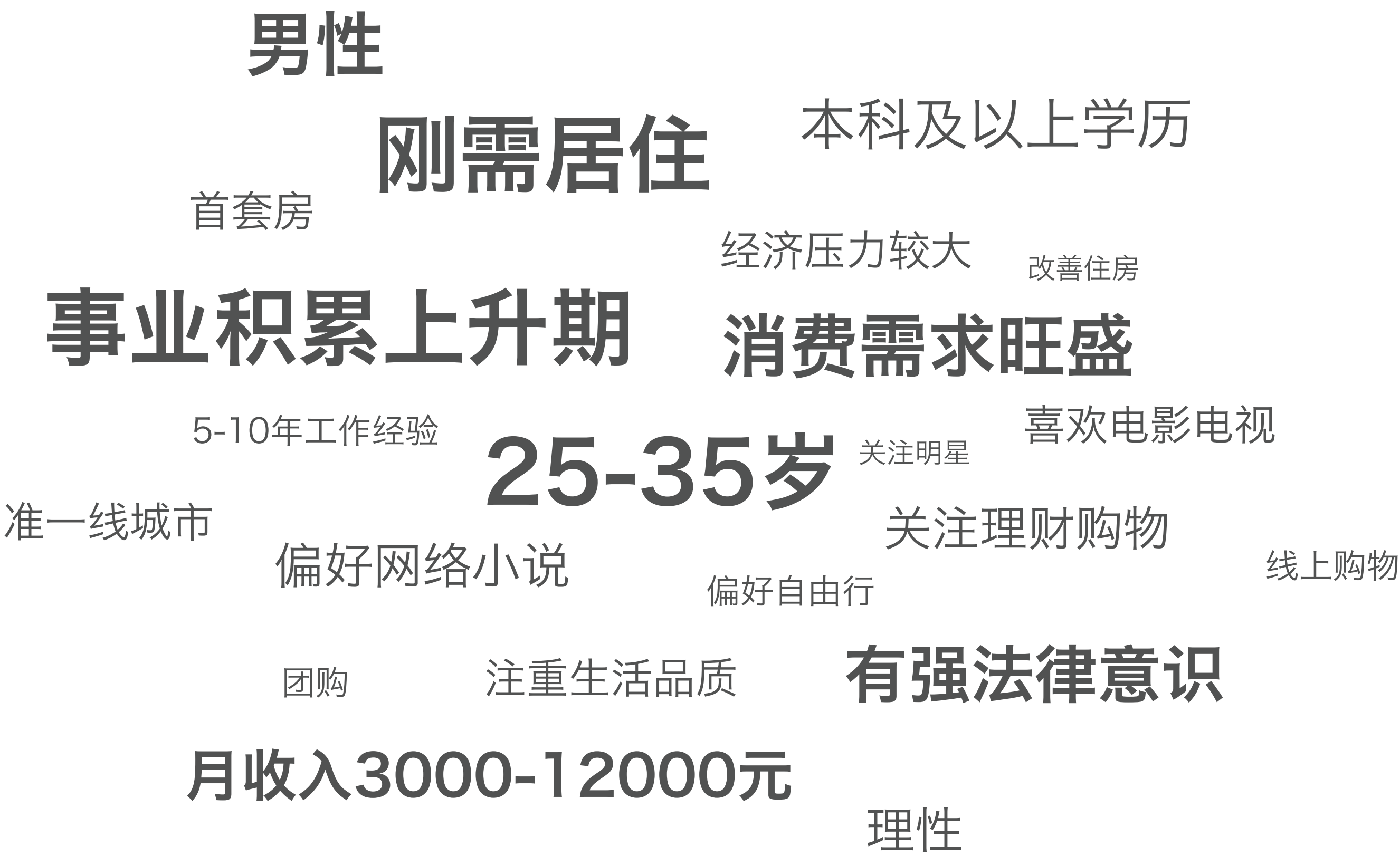
核心因素



居住城市



受众人群简易用户画像



我们是谁？

# 专注房产质量的

## 房产交易平台

## 什么是品牌人格

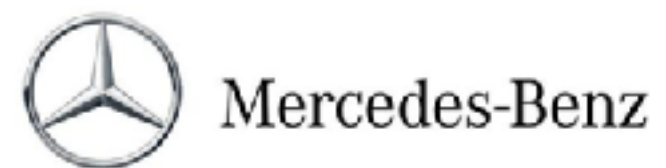


# 品牌人格模型剖析



独立类人格：纯真者、探险家、智者  
掌控类人格：英雄、颠覆者和魔法师  
从属类人格：平常人、情人和娱乐者  
稳定类人格：关怀者、创造者和统治者



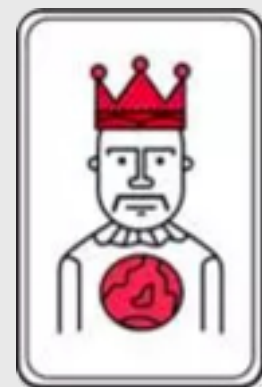


Benz

高端商务

精英

尊贵享受



VOLVO

安全

家庭

质量



LandRover

探险者

自由

狂放不羁





# 我们适合哪些品牌人格

					
<b>Caregiver</b> Helps people: care for others	<b>Everyman</b> Helps people: Be OK just as they are	<b>Hero</b> Helps people: Act courageously	<b>Innocent</b> Helps people: Retain or renew faith	<b>Creator</b> Helps people: Craft something new	<b>Lover</b> Helps people: Find and give love
关怀者	寻常人	英雄	纯真者	创造者	情人
					
<b>Maverick</b> Helps people: Break the rules	<b>Explorer</b> Helps people: Maintain independence	<b>Ruler</b> Helps people: Exert control	<b>Entertainer</b> Helps people: Have a good time	<b>Magician</b> Helps people: Affect transformation	<b>Sage</b> Helps people: Understand their world
颠覆者	探险家	统治者	娱乐者	魔术师	智者

竞品分布于【寻常人】 【关怀者】 【统治者】 三个领域

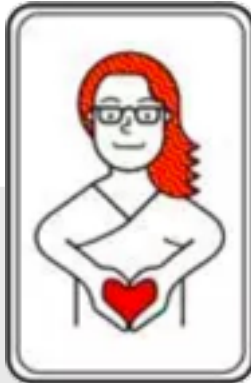
链家

连接每个家的故事



安居客

安心挑好房 当然安居客



房天下

全国领先的房地产家居网络平台



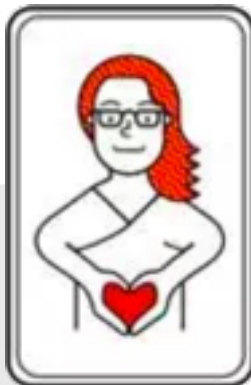
房多多

让买房卖房更爽



乐居买房

每一天陪你在买房的路上

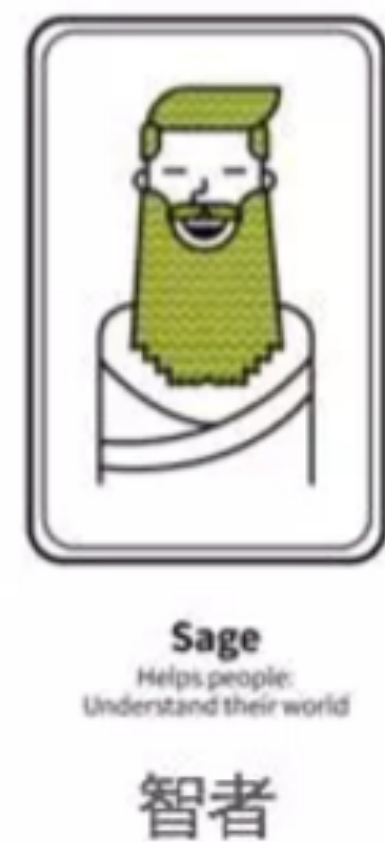


平安好房

找好房，上平安好房



喜欢分析，强调计划，逻辑性强。



男性

刚需居住

本科及以上学历

首套房

经济压力较大

改善住房

事业积累上升期

消费需求旺盛

5-10年工作经验

25-35岁

关注明星

喜欢电影电视

准一线城市

关注理财购物

偏好网络小说

偏好自由行

线上购物

团购

注重生活品质

有强法律意识

月收入3000-12000元

理性

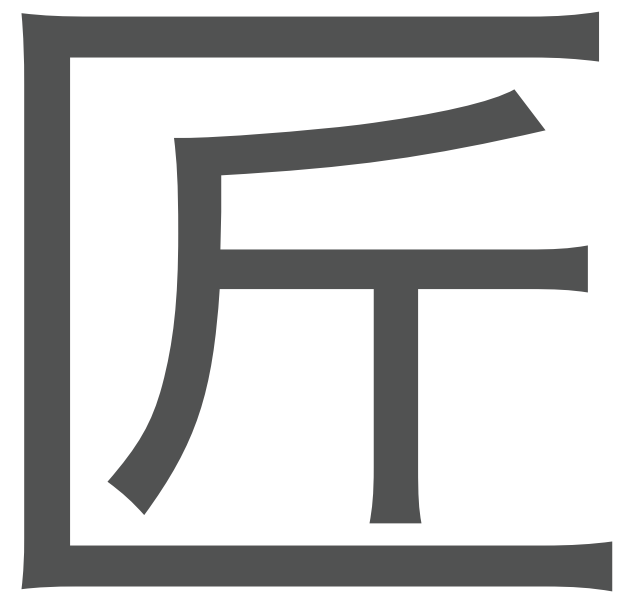
专业  
严谨  
工匠精神  
尽善尽美  
质量第一  
专注



A photograph of a modern interior space, likely a living room or lounge. The room features exposed wooden beams and a light-colored wooden floor. In the foreground, there is a white sofa with several cushions, including a teal one and a dark brown one. To the right, there is a wooden armchair with a light-colored cushion and a white throw blanket. A large window on the right side of the room provides a view of the outdoors. In the background, there is a white wall with a small, square, multi-paned window. A tall, white, vase-like object stands in the background. The overall atmosphere is warm and minimalist.

# 匠心居





释意：

一、运用手的技巧或工具作出用品或建筑物，以此为业的人

二、作出美观物品的技术

“匠人”在日文中写成“职人”。作为匠人最典型的气质，是对自己的手工艺，拥有一种近似于自负的自尊心，并为此不厌其烦、不惜代价，但求做到**精益求精，力求完美**。

例如日本著名的建筑家安藤忠雄，在设计建筑东京的“表参道之丘”时，曾与日本著名的建筑公司

“大林组”合作。安藤忠雄设计的“表参道之丘”全长280米，在“表参道之丘”接近完工时，“大林组”的施工人员对安藤忠雄说：“全长280米，分毫不差。”

安藤回答说：“没关系，相差个5厘米10厘米的，完全没问题。”

“大林组”的人当即正色回答安藤道：“那可不行！不能有丝毫偏差，这是身为技术人员的自尊心。”

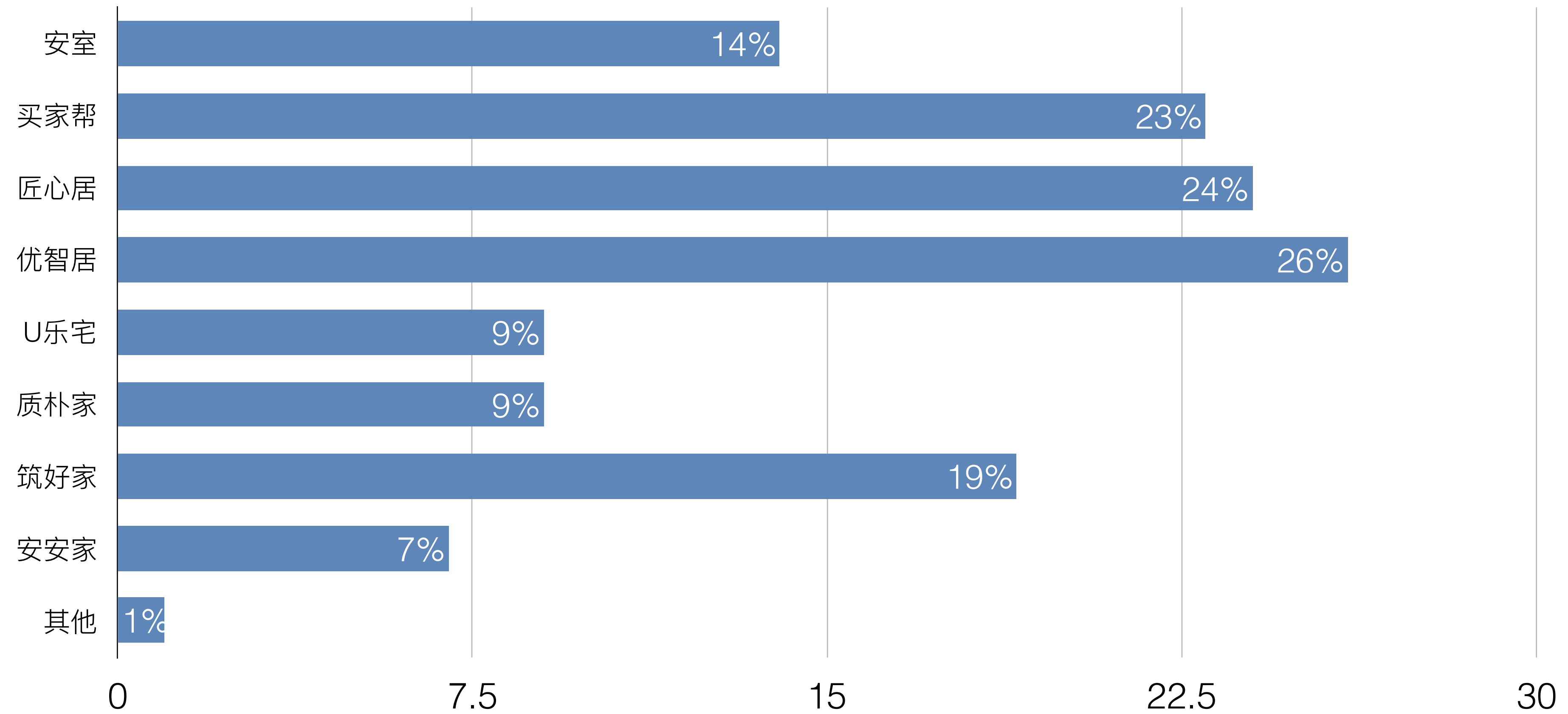
# 匠心居

有人把日本匠人文化的本质归纳为两个词：敬业和认真。

“匠心居”意在纷繁浮躁的社会中，重新拾起一生只做好一件事的态度，为消费者竭尽所能，挑选出以“工匠精神”为基础建筑的良心居所。



## 品牌名调研结果







# 其他配套

品牌形象建立配套内容



## 品牌更名需要同步更新其他哪些内容？

- 1.新域名注册（使用新域名更新公司企业邮箱）
- 2.自媒体名称（微博、微信公众号、微信服务号、知乎专栏等）
- 3.品牌形象（LOGO及VI系统）
- 4.SLOGAN及品牌包装故事
- 5.企业官方网站
- 6.其他配套企业信息（百度百科词条、SEO优化等）
- 7.常见新闻源基础公关稿投放



Thanks