



CRISP全球中文版獨家授權

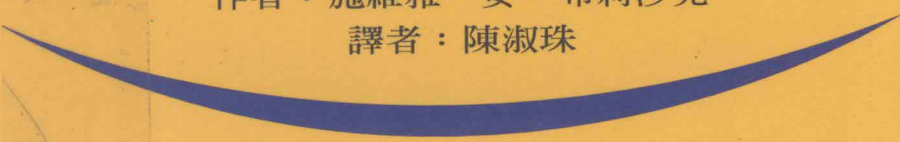


成功的 第一 眼

企業形象包裝

作者：施維雅·安·布莉莎克

譯者：陳淑珠



成功的第一眼

——企業形象包裝



作者

施維雅·安·布莉莎克

譯者

陳淑珠

國家圖書館出版品預行編目資料

阿發與阿達的管理天地：看漫畫通管理/ Jim
Rosenzweig, Monty Kast, Terry Michell作
：羅宜柔譯。—初版。—台南市：大偉，
1997[民86]

面：公分。—(分秒必爭；1)
譯自：The Frank and Ernest manger
ISBN 957-9396-68-X(平裝)

1. 企業管理

494

86009729

發行人／鍾香珠

原著／Dr.Jim Rosenzweig;
Dr.Fremont Kast;

Dr.Terence R. Mitchell

原出版社／Crisp Publications. Inc.

譯者／羅宜柔

發行所／大偉書局

地址／臺南市新樂路46號

登記証／局版臺業字第2436號

電話／(06)2618468(10線)

傳真／(06)2646349

郵撥／0311908~7(大偉書局)

E-mail／acme00@ms4.hinet.net

印刷／世一文化事業股份有限公司

版面構成／麥克阿澀工作室

電話／(06)2030358, (06)2347025

1997年8月初版

版權所有・翻印必究

本書如有裝訂錯誤或缺頁，
請寄回本公司更換

關於本書

如果你處於下列情況，這本書就會吸引你：

- 考慮開創自己的事業。
- 公司成長迅速，數年前的形象如今已不適用。
- 管理一家正在起步的小公司，一家剛剛縮減規模的中型公司，或是一家最近剛轉換經營權甚至經歷併購的公司。
- 醞釀遷移地點、擴廠、新增生產線或服務、開設分公司，或是任何會改變公司體質的舉動。

■懷疑公司是否已經定型，是否能夠藉由形象的更新或重新聚焦，獲得更大的利潤。

■員工不明白公司的目標何在，這一點使你憂心忡忡。

■本文有許多多彩多姿的實例，為你說明組織散發出的第一印象如何影響經營的成敗。並提出切中核心的問題，協助你親身體認及分析你自己的組織文化。

■讀完這本書之後，你會更清楚組織形象如何在顧客的心目中發生作用，以及如何使你的組織形象更加光彩耀眼。

祝 你 好 運 ！



施維雅·安·布莉莎克

關於作者

施維雅·安·布莉莎克不僅是旅遊之音的合夥人之一，同時也是加州蒙羅公園市行銷及公關公司的總裁。布莉莎克將她的形象塑造技巧運用在旅遊之音，以充滿藝術風味的傢俱、酒國之旅的海報以及優雅的背景音樂，為這一家旅行社樹立了獨特的面貌。她的媒體新聞稿甚至為這個專營鐵路旅遊的公司，帶來全國性的知名度。

布莉莎克以她豐富的經歷，為國家經濟(Nation's Business)、扶輪社(The Rotarian)、企業家(Entrepreneur)、女性企業(Women's Enterprise)、今日商業(Business Today)、新商機(New Business Opportunities)及辦公室系統(Office Systems)等雜誌寫下無數與企業管理有關的文章。此外她還是美國新聞從業員與作家

協會(American Society of Journalists and Authors)、美國商業筆者協會(the Associated Business Writers of America)，以及國際食品、美酒暨旅遊協會(the International Food, Wine, and Travel Writer's Association)等多項組織中的一員。

目錄

關於本書

你應該看這本書嗎？ ————— 1

第一章 形象面面觀 ————— 5

形象如何影響企業 —
使它光彩耀人，或是灰頭土臉

瞭解企業的形象

形象是以獨特方式來聚合各種要素

每個企業都有形象

負面形象如何使顧客和你疏遠

形象廣告與產品利益點廣告的差異

第二章 形象的範例 ————— 33

其他企業的形象

暖身操：旅遊業的調查研究

尋找無可取代的利基

第三章 命名與形象 ————— 61

名稱代表什麼

切合時宜的命名

變更名稱的風險

賦予名稱人格特質

你的企業名稱看起來如何呢

第四章 如何做一個形象分析師 —— 87

形象大偵探

認同危機的處理

你的企業是否與社區相融

第五章 競爭者的形象 ————— 105

企業所處的競爭態勢

你的企業形象必須與競爭者截然不同

第六章 形象如何幫你篩選及鎖定潛在顧客 ————— 133

你的形象就是一種篩選工具

第七章 塑造並修飾公司的形象 —— 141

商標、吉祥物以及標語

「目標」如何使你步向康莊

服裝如何提升或破壞企業的形象

看不見的形象也很重要

理想的客戶類型

夢寐以求的理想形象

使現有形象迎頭趕上時代

何時該向形象醫生討救兵

誰會在什麼時機向形象醫生求救

非營利性的組織也有形象的問題

摘要：如何開始推行改善形象的
活動

開始幹活

你應該看這本書嗎？

是的 如果你的組織需要與他人接觸的話。

「成功的第一眼——企業形象包裝」的重點在於探討、分析及塑造形象的新方法，以期真實地反映出組織的特性與目標。

這本書不只是針對企業家、零售商及服務業而寫 你也可以將同樣的方法運用於：

- 非營利組織
- 公家機關
- 保健組織
- 金融機構
- 水電或瓦斯公司
- 運動團隊或音樂性組織
- 任何需要與他人或其他組織接觸的團體

如果你並不從事銷售或與他人競爭，良好的形象能為你帶來什麼？

它可以使你更輕鬆愉快地完成工作！漫不經心、溝通不良或是陳舊過時的形象，會使與你交涉的人滿頭霧水。如果因此導致以下的狀況，將使你的工作備加困難：

▲困惑 你將耗費許多時間回答不必要的問題。

▲惱怒 你得解決許多不必要的顧客抱怨。

對這本書的正確期待

這本書不是關於昂貴化粧術的論文。雖然顧客看得見的表面相當重要，同時也可能形成他們對你的公司難以磨滅的第一印象。

但是，提升組織形象不像雇用某人為你的公司選用新的信紙顏色，或建議你播放哪一種背景音樂那樣容易。顧客的觀感必需與公司特質相符才算大功告成。廣告、公關與行銷都是不可或缺的形象表達方式。為使這些昂貴的投資值回票價，你必須清楚瞭解自己的組織特質：

本書將與你探討如何自我完成以下各點：	本書不主張你馬上投下大筆金錢，以求立竿見影：
• 使你更加留意組織散發出的形象	• 聘請企業文化顧問為你的公司重新命名
• 追蹤現有形象是否與組織目標相符，對潛在顧客是否有吸引力	• 請設計師為辦公室換上今年最流行的顏色，或為員工準備新制服
• 更新組織階段性的新形象：從起步到穩定，從入門到專精，從初具規模到日益壯大	• 訂製昂貴的商標，並重做所有信箋、商務名片及招牌

在你對形象的運作及功能有更多的瞭解之後，就是你尋求專業協助的時刻了。

I

形象面面觀



