# 品牌部工作计划及总结表(精选3篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-03-24

*品牌部工作计划及总结表1品牌营销工作计划一、品牌营销工作计划的主要思路品牌工作开展的关键点：1、规范vi应用；2、系统内的品牌融汇；3、内外同步传播。二、具体工作第一阶段、提高公司视觉识别系统（vi）应用的准确率。目标：公司内部具体工作人员...*

**品牌部工作计划及总结表1**

品牌营销工作计划

一、品牌营销工作计划的主要思路

品牌工作开展的关键点：

1、规范vi应用；

2、系统内的品牌融汇；

3、内外同步传播。

二、具体工作

第一阶段、提高公司视觉识别系统（vi）应用的准确率。

目标：公司内部具体工作人员熟知公司vi的使用要求，能够规范使用企业vi，在实际工作中可以更注重公司与本单位品牌之间的融汇；一般员工能够知晓公司视觉识别系统的基本内容和意义。扩大视觉识别系统的应用范围，提高外部对公司品牌的认知。

1、修订完善公司vi手册

对目前公司vi手册中不适用的内容进行修订和补充。

2、组织应用培训

组织各下属单位的vi应用培训，通过公司oa系统进行公司logo、标准色等基本应用元素进行全员宣贯。

3、拟定vi应用制度，明确使用要求，形成vi应用指导和检查的标准。

4、检查、规范vi应用效果

开展vi应用检查和整改，重点检查以公司vi为主要标识的证件、名片、信函、传真、手提袋、礼品、前台设计、车辆标识等物品的使用，指导公司下属单位规范vi应用。

第二阶段、放大品牌形象，推进各下属单位与公司品牌间的相互支撑，提高社会认知度。

目标：通过固化的视觉资料，不断加深市场对公司及各产业品牌的认知，放大品牌形象。通过做好各下属单位与公司间的宣传关系，促进目标市场了解产业与公司间关系，有利于在市场推介上合并公司资源，提高市场竞争力。

1、品牌宣传名称、物品及资料的必要统一

（1）统一各下属单位外部品牌简称及宣传口号，并严格要求各单位在外部宣传的全部资料中均应出现本单位宣传口号。

品牌的简称及宣传口号已经在用的继续使用，没有形成的或需要修改的，由所在单位提出意见，公司统一讨论通过，通过一个，使用一个。

（2）统一公司品牌标识物品的制作。以公司vi为主要应用元素的通用物品，如手提袋、信封、信纸、工作手册、旗帜等，各单位根据需要提出制作申请，由公司统一制作，既可降低制作费用，又可避免印刷工艺导致的vi标准偏差等问题。

（3）统一各下属单位宣传画册公司简介部分的结构，（固化公司应用于各下属单位的简介内容）。

**品牌部工作计划及总结表2**

工作计划

一、品牌推广工作计划的主要思路 宣传目标：

确立行业内专业品牌地位，提高社会认知度。

拓展相关媒介或渠道合作关系。

完善企业自身VI体系，保证对外宣传的统一性。

二、具体工作

一、加强企业文化与员工间的联系。

目标：公司内部人员熟知企业文化，在实际工作中可以更注重企业文化与工作之间的融汇；一般员工能够知晓公司视觉识别系统的基本内容和意义。扩大其应用范围，提高外部对公司品牌的认知。

1、修订完善公司手册。试做公司手册并逐步完善。

2、加强企业文化的应用效果。加强企业文化在公司内部的标识性，可拍摄视频宣传企业文化，增加知名度与认知度。

二、放大品牌形象，推进各部门使用公司品牌标识，提高社会认知度。

目标：通过固化的视觉资料，不断加深市场对公司及品牌的认知，放大品牌形象。促进目标了解产业与公司间关系，有利于在市场推介上合并公司资源，提高市场竞争力。企业宣传名称、物品及资料的必要统一

（1）统一企业简称及宣传口号，并要求各部门在外部宣传的全部资料中均应出现本企业宣传口号。品牌的名称及宣传口号已经在用的继续使用，没有形成的或需要修改的，由部门提出意见，公司统一讨论通过，通过一个，使用一个。

（2）统一公司品牌标识物品的制作。以公司企业文化为主要应用元素的通用物品，如手提袋、信封、信纸、工作手册、旗帜等。（3）统一宣传画册及公司简介。

**品牌部工作计划及总结表3**

篇1：品牌营销工作计划 品牌营销工作计划

一、品牌营销工作计划的主要思路

1、规范vi应用；

2、系统内的品牌融汇；

3、内外同步传播。

二、具体工作

第一阶段、提高公司视觉识别系统（vi）应用的准确率。

目标：公司内部具体工作人员熟知公司vi的使用要求，能够规范使用企业vi，在实际工作中可以更注重公司与本单位品牌之间的融汇；一般员工能够知晓公司视觉识别系统的基本内容和意义。扩大视觉识别系统的应用范围，提高外部对公司品牌的认知。

1、修订完善公司vi手册

对目前公司vi手册中不适用的内容进行修订和补充。

2、组织应用培训

组织各下属单位的vi应用培训，通过公司oa系统进行公司logo、标准色等基本应用元素进行全员宣贯。

3、拟定vi应用制度，明确使用要求，形成vi应用指导和检查的标准。

4、检查、规范vi应用效果

开展vi应用检查和整改，重点检查以公司vi为主要标识的证件、名片、信函、传真、手提袋、礼品、前台设计、车辆标识等物品的使用，指导公司下属单位规范vi应用。

第二阶段、放大品牌形象，推进各下属单位与公司品牌间的相互支撑，提高社会认知度。目标：通过固化的视觉资料，不断加深市场对公司及各产业品牌的认知，放大品牌形象。通过做好各下属单位与公司间的宣传关系，促进目标市场了解产业与公司间关系，有利于在市场推介上合并公司资源，提高市场竞争力。

1、品牌宣传名称、物品及资料的必要统一（1）统一各下属单位外部品牌简称及宣传口号，并严格要求各单位在外部宣传的全部资料中均应出现本单位宣传口号。

品牌的简称及宣传口号已经在用的继续使用，没有形成的或需要修改的，由所在单位提出意见，公司统一讨论通过，通过一个，使用一个。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！