

林怡欣
1/4 交人事課

姓名	林怡欣	職稱	專任教師	研習日期	106.08.18	研習地點	台中教育大學-中區美感教育
研習名稱	106 學年度教師共學社群(五)-從個人品牌形象的延伸-談教師教學簡報					派出單位	教務處

填寫內容：

品牌是一種觀念，只要掌握住基本心法，每個人都可以成功！做品牌難在沒有固定的勝利方程式，但也因為這樣，品牌的領域擁有無限的揮灑空間，永遠都有新鮮事！

我們從品牌的定義講起、討論品牌定位所需要的資訊與步驟、介紹部分顧問業所使用的評估工具、並分享相關的品牌案例。「品牌是什麼？」，總是會聽到各式各樣的答案，例如：品牌是 Logo 跟顏色的組合、品牌是一個能代表公司的產品、品牌是能夠跟競爭對手區隔的東西...etc。基本上這些講法都對，但是不夠全面。在此，我來給品牌一個簡單的定義：品牌就是一種「感覺」；當你想到某個品牌的時候，心中第一個浮現的感覺，就是「品牌」！

一、課程重點

一個好的品牌定位，必須要符合以下三個條件：

1. 展現自己的優勢、
2. 滿足目標客戶的需求、
3. 並且與眾不同！

企業優勢與文化：公司內部的核心競爭力是什麼？文化與價值觀是什麼？

顧客：清楚定義你的目標客戶，他們是什麼樣的人，他們的喜好是什麼？

競爭對手：市面上還有哪些競爭對手，他們的品牌定位是什麼？

企業文化、價值觀

文化與價值觀是一家公司運行的潛規則，它可能不會直接寫在員工手冊裡面，但卻是企業全體成員共同遵守的行為規範與價值體系。在做品牌定位的時候，很多人會執著於製造出客戶喜歡的形象，卻忽略了這個形象與企業文化的契合度。

(1) 品牌價值

這是企業想要傳達給客戶的主要訊息，也是客戶選擇該品牌的原因（這個品牌提供了什麼樣的價值給客戶），這是針對本身的優勢、客戶的需求、以及與對手的差異化等考量所定義出來的。為了做最有效率的傳達，品牌價值最好不要定超過三個。

(2) 品牌個性

成功的品牌就像是一個活生生的人，可以讓客戶留下鮮明的印象。品牌個性是基於客戶的喜好以及企業文化所定義出來的，它必須展現在每個與客戶溝通的過程中。

(3) 溝通語氣

指的是溝通的方式，也就是在傳達「品牌價值」與「品牌個性」時所使用的語氣。溝通語氣可由品牌個性與客戶喜好來決定。

(4) 品牌承諾

根據品牌價值以及目標客戶所定義出來的承諾，具體寫出希望顧客享受到的品牌體驗。

二、對於本科之教學建議

專題與色彩原理、造型原理，藝術概論，設計概論：

培養學生對建立品牌價值的能力，能夠了解品牌的重要與定位並能創造與設計來表達
培養個人品牌素養與能力。

結合形式美感特色：

培養學生創造、分析能力、能觀察環境、思考設計可能，將創意以適當美感形式表達。
進行興趣與科系試探 以生活中的設計為範疇。

校長黃秀...

114
1045

.008

三、待辦事項

在美感教育中，以 108 級室內空間設計科與動畫科共計三班為例，以在地文化找尋出不同的質感與材質，並建立資料庫，並請學生以特定景點或物產設計出故事箱。

四、帶回物品及處理方式

無

五、本次會議報告方式

1. 於科教學研究會報告。
2. 向教務主任報告

1. 請林老師持續執行計畫
2. 請林老師提供內容

教務主任 游振源

11/17/2019

擬辦	擬定日期 主任 王惠名 敬啟 11/14 15/4	批示	校長 黃秀忠
----	---------------------------------	----	--------