# 企业形象策划书范文

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2024-07-26

*企业形象策划书范文 目前合肥医药零售行业没有一个特别出色的占有领先优势的企业。主要是看其地理位置，靠近居民区就有明显的优势。在这种情况下，要想从同类企业中脱颖而出进行企业整体形象策划很有必要性。靠企业CIS 策划提升企业的地位也是当今需...*

企业形象策划书范文

目前合肥医药零售行业没有一个特别出色的占有领先优势的企业。主要是看其地理位置，靠近居民区就有明显的优势。在这种情况下，要想从同类企业中脱颖而出进行企业整体形象策划很有必要性。靠企业CIS 策划提升企业的地位也是当今需要把握的机遇，如果等同类行业中出现娇娇者就很难再次超越。

xx-x大药房现状分析

1. MI(Mind Identity System)企业理念识别基本完善。

2. MI与VI(Visual Identity System)视觉识别系统之间不够统一，当前的VI 不 能很好的体现企业理念。

3. BI(Brand Identity) 企业行为识别不够完善。

4. 缺少网络销售渠道，目前还未建立企业CIS网站。

(成功的网站是技术、艺术、企业形象与企业营销策略的有机组合，以先进的网页技术与平面设计为形象的展示手段，以合理的结构层次和准确的链接关系表达企业营销策略。围绕企业自身特点把网站建设成为一个犀利的推广工具使之为企业创造最大价值。)

5. 店面内的规划不够合理，医药类商品和非医药类商品布局有点混淆。(引用“目前，我国几乎所有的中心城市和较大的二级城市的社会药店和连锁药店都或多或少地进行了多元化经营。但多元化经营目前还存在成本问题、店面空间管理问题、缺乏营销策划与传播手段、缺乏专业人员和机构的参与、战略定位混乱、盲目选择多元化经营项目和商品品类组合等难题。”)

6. 店面招牌过于陈旧，没有亲和力不能和企业理念有效的结合起来。

7. 亟需进行VI整合策划。

可行性方案

1. 根据企业文化进行VI整合。

2. 完善企业行为识别系统。

3. 建立企业CIS网站。

4. 店面空间进行整合设计。

具体实施办法

1. 导入日期：在xx-x大药房成立xx周年之际，举办为民免费检查，送药试用等活动。全面导入CIS，给消费者以暂新的形象。

2. 完成日期：半个月，为企业转型期。

3. 完成内容：店面，门牌，企业标志，服务等整体形象的转变。同时进行媒体宣传开展活动。

4. 组织机构：企划部，宣传部，理念整合(公司领导层)

xx-x大药房简介：

xx-x大药房连锁有限公司，原名xx-xx大药房，是一家经营xx年的合肥老字号药方，享有“合肥第一药房”的美誉。目前系合肥规模最大的零售药店之一。多次获得盛市药监部门授予的“购物放心店”、“医药保定点药店”、“优质服务单位”、“3.15万人调查消费者满意品牌”等荣誉称号。

xx-x大药房连锁有限公司始终坚持“质更优、品种全、价更实、服务更诚信、24小时开门营业”为服务宗旨;坚持“药价最低、如果高于附近药店退补差价;品质最高，发现伪劣假药，以一罚十”的服务承诺。坚持以“顾客是上帝，顾客是亲人，血肉相连，心灵相通”为服务理念。“平价优质”以及“诚信经营”的“为民”形象已深植百姓心中，xx大药房连锁有限公司现已成为百姓健康咨询、问并购药的首选正规品牌药店。

企业理念

宣传口号：一个心意“为民”，为民;

经营思想：为顾客着想，给顾客方便，让顾客满意;

经营理念：文明，规范，发展，奉献;

经营宗旨：经营健康服务，便民，利民，为民;

广告语：好药保健康，平价为人民;

一个愿望：祝您健康!

市场分析(媒体分析)

20XX年药品零售市场呈三大趋势(引自华源医药网的OTC市场分析)

分析目前的零售市场情况，黄泽骎认为，目前我国非处方药品种已经基本能满足自我药疗需要，零售终端扩张速度在加快，销售增长明显，同时费用居高不下，零售市场规模在不断扩大，而由于基数大，竞争药店数增加，总体统计的增长幅度有所下降。

在药店经营业态方面，黄泽骎认为药店多元化经营是一种趋势，多元化的比重将加大。黄泽骎提供的数据显示，据不完全统计，我国有近80%的连锁药店已经腾出部分营业场所来经营非药品，其中约30%的药店将其他服务，如洗衣、休闲、冲印等加入到药店服务内容中，还有15%的连锁药店已计划进行多元化经营。另一方面，药店经营品种的配置也发生着变化，个别药店药品经营只占30%,其他的个人护理品占到30%，食品和日用品占到40%。药店之所以趋向于多元化经营，是因为我国药店分散、市场集中度低、药店赢利能力差、生存环境艰难、近年来受政策影响较大以及国外资本和业外资本进入药品零售业，对现有药店带来了更大的压力。黄泽骎介绍说，目前，我国几乎所有的中心城市和较大的二级城市的社会药店和连锁药店都或多或少地进行了多元化经营。但多元化经营目前还存在成本问题、店面空间管理问题、缺乏营销策划与传播手段、缺乏专业人员和机构的参与、战略定位混乱、盲目选择多元化经营项目和商品品类组合等难题。

此外，第三终端近年来一直是厂商共同关注的一个热点，黄泽骎认为第三终端将拉动零售药店在农村市场有所作为。农村市场存在终端数量多，单个销量小，市场分散，OTC产品居多的特点，“新农合”在一定程度上激发了农村群众的看病意识，增强了农民的药品购买力。同时，由于终端的重要性，掌控了终端就等于掌控了市场，因此工业与终端的合作案例不断涌现，在一定程度上形成了医药工商业对终端的“跑马圈地”现象。

竞争分析

1. 百姓缘大药房最先推出平价风暴，赚足的顾客的信赖。店面实体和电脑网络销售相结合(拥有企业CIS网站)，拓展新的销售渠道，极具竞争力。

百姓缘精神 团结向上 奋发进取

百姓缘宗旨 一切为了父老乡亲，你健康，我快乐

百姓缘理念 心中有百姓，价格自然低

心中有百姓，服务当然好

心中有百姓，质量肯定优

企业理念 让人类生活得更健康

企业精神 团结 高效 开拓 创新

经营理念 诚信、规范、互动、双赢

服务宗旨 质量第一 服务取胜

员工理念 敬业、责任、执行、感恩、诚实

企业定位 零售药店——您身边的家庭药师和健康顾问。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找