

# 虚拟环境下的企业形象塑造策略

于建华

(河南工业大学, 河南 郑州 450052)

**摘要:**虚拟环境下的企业形象塑造,要科学建立企业形象的指标体系,认真调查,科学定位,整体策划,成立专门机构并培养专业人才,建立一个成功的企业网站,充分宣传企业形象,关注国际塑造企业形象的新动态。

**关键词:**虚拟环境;企业;形象塑造;策略

**中图分类号:**F270

**文献标识码:**A

**文章编号:**1001-7348(2005)03-0115-02

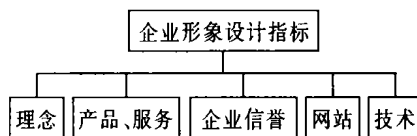
## 0 前言

传统环境下的企业形象塑造策略和方法已经比较成熟,但在虚拟环境下,即互联网上的企业形象塑造在我国目前还属于探索阶段,还没有成熟的模式和方法,即使有一些企业在进行积极运作,但存在诸多问题。如:目光短浅,忽略长远;宣传片面,不顾整体;盲目求大,定位模糊;注重形式,忽视内涵;千篇一律,缺乏创新等等。随着互联网的迅速发展,企业可以采用大量的技术手段进行形象展示、信息发布、业务拓展、客户服务、内外沟通,并为客户提供更为个性化购物感受,可以通过制作良好的网络广告或者其它方式,展示企业风采,起到提高企业知名度和美誉度的作用,让消费者对企业产生良好的印象。

## 1 建立虚拟环境下企业形象设计的指标体系

虚拟环境下企业形象是网络社会公众对企业的内在精神和外在特征的整体印象和评价。虚拟环境下企业形象的塑造是一项具有综合性、整体性、学科交叉性的系统工程,形象设计就是对企业全方位因素进行系统的思考,必须有一整套完整科学的设计指

标体系。虚拟环境下,企业形象借助互联网这一新媒体,在新的环境下对企业形象进行塑造,它的形象要素从传统条件的企业形象要素中引申发展,结合互联网的特性,对特定的企业形象要素加大了关注,从企业整体出发,涉及到企业理念、产品及服务、信用、网站、技术等要素(如附图所示)。



附图

建立虚拟环境下企业形象设计的指标体系的同时,还要运用科学的评价体系进行评价,以保障指标体系的有效控制和实施。

## 2 虚拟环境下企业形象设计的程序

### 2.1 进行企业形象调查

企业形象的状态是形象塑造的重要依据,虚拟环境下企业形象状态如何,必须请专门的机构对虚拟环境中的企业产品形象、环境形象、人员形象、服务形象等进行深入调查。目前,我国许多企业根本不进行形象调查,有的虽然调查,但也很不全面,也不准确,对虚拟环境下的企业形象调查更是缺乏足够的重视。只有在行动之前对现状有一个明确的判断,才能对症下药。因此,形象调查是

虚拟环境下塑造企业形象的必备阶段<sup>[1]</sup>。

### 2.2 科学定位虚拟环境下的企业形象

虚拟环境下企业形象的建设既要突出企业的个性,又要保持企业的特色。企业个性,就是企业从自身的实际出发所创造出的符合本身特点的管理思想、管理方式和行为。企业只有富有鲜明的个性,形象才能更加突出。因此,企业要敢于标新立异,突出个性,才能产生良好的社会效应。

### 2.3 注重整体策划

虚拟环境下塑造企业形象不能只做短期的表面工作,需要制定长期的战略性的整体策划。在建立网站/网页之前,企业要有一个明确的定位,是致力于树立品牌,还是重在建立与客户的联系,是宣传本企业独特的产品或服务,还是定位于某些顾客群体等。这个定位必须能反映企业特点、市场定位、品牌树立、服务承诺和产品优势等,在网页的组织结构、页面风格、层级关系设计时都要表现这一主题。

## 3 成立专门机构,培养和吸收专业人才

### 3.1 成立专门机构,加强管理

由于在虚拟环境下塑造企业形象是一项具有综合性、整体性、学科交叉性的系统

收稿日期:2004-07-12

基金项目:国家自然科学基金资助项目(70302006)

作者简介:于建华(1963-),女,河南新乡人,江南工业大学市场营销研究所所长,工商管理系副主任、副教授,研究方向为市场营销、公共关系。

工程,不仅涉及企业的各个方面,同时还涉及电子商务、计算机、网络方面的知识等。所以应成立一个独立的,兼技术、管理、规划于一身的研究机构。同时,必须让企业的最高领导层重视虚拟环境下的企业形象建设,并参与到其中。否则虚拟环境下企业形象的建设很难成功。

专门的研究机构要制定详实的计划和工作内容,认真研究竞争对手、国内外先进的经验,积极与外界传媒保持密切的关系和合作以弥补自己力量薄弱、信息闭塞、观点孤陋、消费者行为走向不明、策划与运作时间太长、企业文化理念不深等缺点。

### 3.2 培养和吸收专业人才

虚拟环境下的企业形象塑造对策划设计人员提出了更高的能力与素质要求,也为策划设计人员提供了更广阔的设计空间。以往策划设计人员只要具有良好的艺术创造才能就可以进行传统的企业形象设计,而现代设计策划者不仅需要具备相当的美学艺术修养、创造性的思维,还要具备一定的计算机和信息网络的知识、快速掌握最新技术和工具的能力,只有这样的设计师才有可能开发出理想、有效、高水准、高科技的能为企业带来巨大效益的形象设计系统。企业不仅可以从工资待遇方面吸引人才,还可以用企业文化氛围、长期发展、个人职业生涯设计等方面增加企业亲和力,吸引更多优秀人才加盟;企业还可以根据需求,加强内部员工的在职培训,提高现有人才的利用率。

## 4 充分利用网络资源宣传企业

### 4.1 发挥网络广告的作用

网络广告指运用专业的广告横幅、文本链接、多媒体等方法,在互联网刊登或发布广告,通过网络传递到互联网用户的一种高科技广告运作方式。自动控制广告的出现频率,根据用户的个人特点有针对性地投放广告以达到最佳效果。网站管理员只需自行上传广告图片、规定显示比例即可,根本不需要任何专业知识。系统还可以根据另外的产品网站流量分析系统得来的结果自动向访问者推送相关的广告,提高广告的效果,并且由于提供了更有针对性的广告服务可以收取更高的广告费用。

### 4.2 参与新闻组讨论

新闻组是由分布在世界各地的上千个新闻服务器组成一种常见的网上服务,它与

公告牌相似,能随时更换消息,很快就能传遍全球,所以最新的资料及动态新闻往往都出自新闻组。新闻组成员可以在上面阅读大量的公告,也可以发表自己的公告,或回复他人的公告。作为一种很好的讨论与分享信息的方式,企业可选择与本公司相关的新闻组发布自己的广告,传递广告信息,充分利用网络,在尽可能多的相关新闻组中广泛发布消息,并在消息尾部,清楚注明企业的性质、业务和站点地址<sup>[2]</sup>。

### 4.3 在行业网站宣传自己

几乎每个行业都有自己的网站,这些行业网站有的是政府相关部门设立的,有的是行业协会设立的,有的是专门公司设立的,这些行业网站在本行业大都具有较高的权威性。如果在这些网站上登有关企业或者企业产品的信息,企业客户在这些有权威性的行业网站上看到企业的信息时,会提高忠诚度。其他没有往来的企业可能也会因此来交易或者成为合作伙伴。

### 4.4 电子邮件广告推广

电子邮件广告是网络时代的一种新型的广告方式。此方式是向企业大量的客户或潜在客户发送有关企业业务宣传的邮件。与传统邮件相比,具有省时、省力、效果明显、价格低廉等特点,因而备受企业的欢迎。原来邮寄一封业务信函的费用现在至少可以发送 200 份广告电子邮件,且效果巨大。

### 4.5 登陆搜索引擎首页

互联网上绝大多数搜索引擎都免费提供登录服务,大多数人都通过搜索引擎来查找信息。由于搜索引擎上登录的网站数量极大,往往每一栏目的内容都有好几页,甚至几百页。如果将企业网站登录到相应栏目的第一页,则企业网站被检索和查询的机会将大大增加,企业被客户和潜在客户检索到的机会也会相应增加<sup>[3]</sup>。

## 5 关注虚拟环境下塑造企业形象的 国际动态

### 5.1 把握国际社会政治、经济及环境的动态

经济全球化的今天,企业的发展要受到社会政治、经济及环境的影响。因而,在虚拟环境下塑造企业形象时也要把握国际社会政治、经济及环境的动态。2003 年,“非典”疫情严重期间,上网的人越来越多,网络运营商各出奇招,推出了各种各样的营销方式,

也获得了良好的效果。如清华同方在第一时间推出了“关心你我他,真爱送到家”的活动。用户拨打免费电话,就能享受到免费送货上门服务,而且送货人员,均佩戴经严格消毒处理的手套和口罩,为用户提供电脑安装、调试等服务。这种非常时期的应变措施,既满足了消费者购买 PC 的需要,又适应了当前情况下人们追求健康安全的心理,树立了良好的企业形象。

### 5.2 注意虚拟网络的发展趋势

从虚拟环境下塑造企业形象的发展历史及其性质可以看到,虚拟环境下塑造企业形象必然要受到互联网发展趋势的影响。只有注重互联网的发展趋势才能对在虚拟环境下塑造企业形象有一个长远的战略规划。虚拟环境下的企业形象塑造只有走在时代前列,才可能历久常新。

总而言之,虚拟环境下塑造企业形象涉及到了网络、艺术、管理、营销等各个方面,每个方面都包含了大量的技巧,虚拟环境下提高企业形象最终要致力的就是不断提高塑造企业形象的技巧和手段。选用好的开发工具,采用科学的设计方法,掌握和利用开发工具所提供的各种技巧和手段,是塑造出高质量的企业形象的重要前提。

### 参考文献:

- [1]田平.企业形象策划[M].北京:中央编译出版社,1995.27-38.
- [2]全丽娟.谈网络环境下企业的信息发布问题[J].商业研究,2000,(12):146-148.
- [3]史仕新,夏菁.企业网络公关策略[J].企业改革与管理,2003,(9):24-25.

(责任编辑:赵贤瑶)

