

品牌動畫VS城市文化-虛擬氛圍優化品牌創新計畫

赫利有限公司

公司簡介

成立時間：82年04月
計畫聯絡人：張毓琬珍
主要產品：流行飾飾品
公司網址：http://www.kisskiss.com.tw



19年來，赫利有限公司一直致力於流行飾品通路的推展與深耕，從流行飾品零售到品牌代理的歷程當中，建構出屬於公司獨有的核心營運經驗，近年來更專注於建立自有品牌與積極發展台灣本土設計師品牌飾品，希望透過品牌動畫與在地文化的連結重建KISS KISS 品牌形象，透過動畫來讓高雄特色文化與飾品結合，重現高雄的文創特色。

計畫創新重點

使用虛擬氛圍優化品牌魅力之創新，動畫運用五大表演元素結合在溫馨的故事中，將顧客互動經驗與未來服務概念具像化，建構一個有利於傳遞品牌知覺的情緒氛圍，提供行銷人員針對行銷策略。而為進行市場區隔，尤其是當產品或顧客需求進入到衰退期時，如何透過新的媒介讓目標消費者接收，進而引導消費者持續購買產生長尾效益，是本計畫的創新之地。



計畫介紹

長期以來國內金銀飾品業者對於品牌與產品知名度的建立最常採用的方式為明星代言與媒體操作，這能立竿見影馬上顯現廣告效益在銷售報表上，然並非每家業者都能有足夠的資源投入操作，且效益並非均質化的回饋。「赫利」自創品牌KISS KISS 正面臨相同問題，準備進軍中國市場拓展同時，發現品牌價值實質虛弱，除擁有「台灣產品」、「台灣製造」的品質優勢之外，似乎找不到更強大的無形競爭力。此次品牌動畫文化行銷計畫的實踐，能提供品牌與消費者互動的行銷經驗和戲劇化的原動能量，導入產品設計模式，

產生長尾效益，由戲劇文化音樂美術肢體表演元素的鋪陳下，擁有自我品牌的動畫，將在地文化、品牌精神、企業經營理念匯流，創造出旗幟鮮明的國際品牌。

市場效益

計畫完成後將於台灣全省檯棧播放，對市場現有飾品品牌有所影響，帶動飾品與在地文化的連結思考，並且動畫式的推廣行銷有別於一般平面廣告，有助於多媒體設計的發展與應用。

成果效益

- 本計畫執行期間，新增聘2名研發同仁，強化公司研發團隊。
- 本計畫提升產品價值提升160萬元。
- 投入研發經費92.8萬元。
- 完成6部具有高雄文化與品牌精神連結的動畫。
- 以高雄意象為概念，設計飾品樣式共計四組12件，並將於年底新品上市。
- 執行本計畫之後，將更加落實動畫元素結合文化的品牌行銷經驗，打造故事體驗的新型態分眾行銷方面的經驗，做為發展美學與加值數位內容屬性產品之建構基礎。



1,2,3.高雄意象飾品 3.飾品與動畫內容的結合

創新研發心得



研發團隊的專屬名牌寶酒活動現場合照

公司研發團隊具有實務經驗與創意力，讓公司發展有無限可能，並為了推廣自有品牌，將客製化商品製作流程直接呈現在消費者面前，讓顧客知道我們的品牌具有研發能力精湛的技術，讓顧客知道所佩帶的飾品是需要經過千錘百鍊的過程，其價值與意義更顯珍貴。