

強化產品說服力 的品牌思維

Joe 唐啟堯

triangler[®]
三名治

2023/7/28

for 2023全國大專校院智慧創
新暨跨域整合創作競賽



**Hello,
我是Joe**

- 國立中興大學**管理學士(BA)**
- 波士頓大學**視覺設計藝術碩士(MFA)**
- 朝陽資優教育交流協會**總召、理事**
- 源景創投**產業分析師**
- Think Office **資深設計&營運經理**
- **10年+** 美國與台灣**設計經驗**
- triangler**三名治設計創辦人暨執行總監**
- SLP Taipei **協會理事/8th總召集人**

triangler®

三名治

13位營養夥伴

400+品牌設計專案

140+獎項與出版

iF品牌設計公司
世界排名13



reddot award
winner



GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2020



DESIGN
AWARD

今日分享：



1.
為什麼要有品
牌思維？



2.
如何讓產品設
計更有脈絡？



3.
如何溝通讓受眾
買單？

品牌思維？

品牌已經與生活密不可分，你如何記得品牌？

什麼是品牌

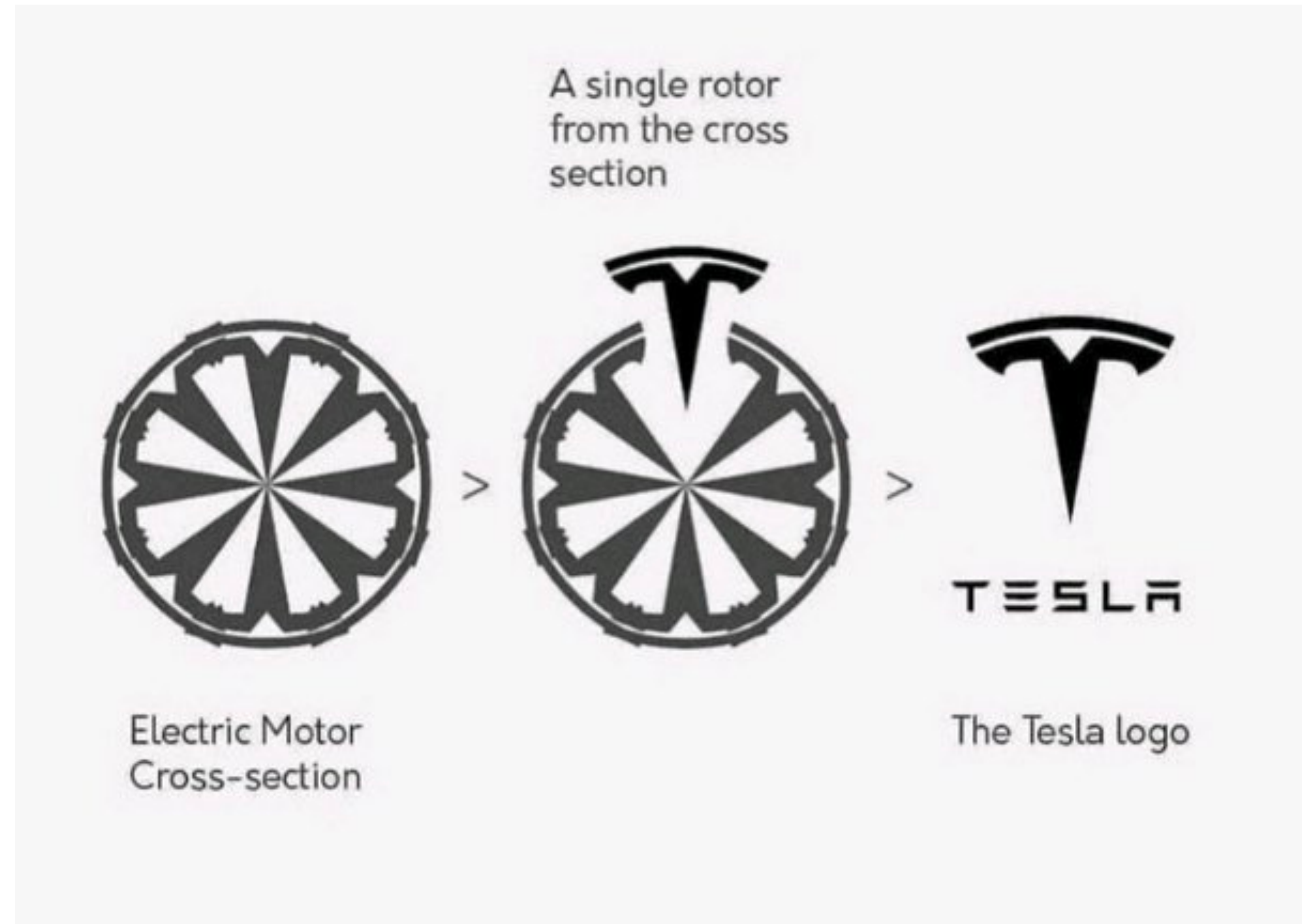
好像有點具體、又有點抽象

“

品牌：品牌名稱、品牌標章圖像等所有能夠代表該產品提供者的圖示或文字載體

”

Tesla 品牌形象-商標符號



Tesla 品牌印象-商標文字

TESLA

Tesla 品牌印象-創辦人



Tesla 品牌形象-產品



Tesla 品牌印象-理念

推動世界向可持續能源轉型，創造一個更綠色、更清潔的未來。

"Accelerating the world's transition to sustainable energy"



Tesla 品牌形象

電動
環保
高端
能源
安全
自駕

強大
領先
先進
高性能
高價位

科技
潮流
未來感
革命
創新

品牌形象

- 品牌形象可能來自理念、顏色、人物、物件、行為、商品、服務
- 品牌形象會根據客群經驗而不同
- 品牌形象是長久持續溝通的累積，才能令人印象深刻
- 因此一致性非常重要！要維持一致性，就需要品牌思維與計畫

品牌為什麼重要？

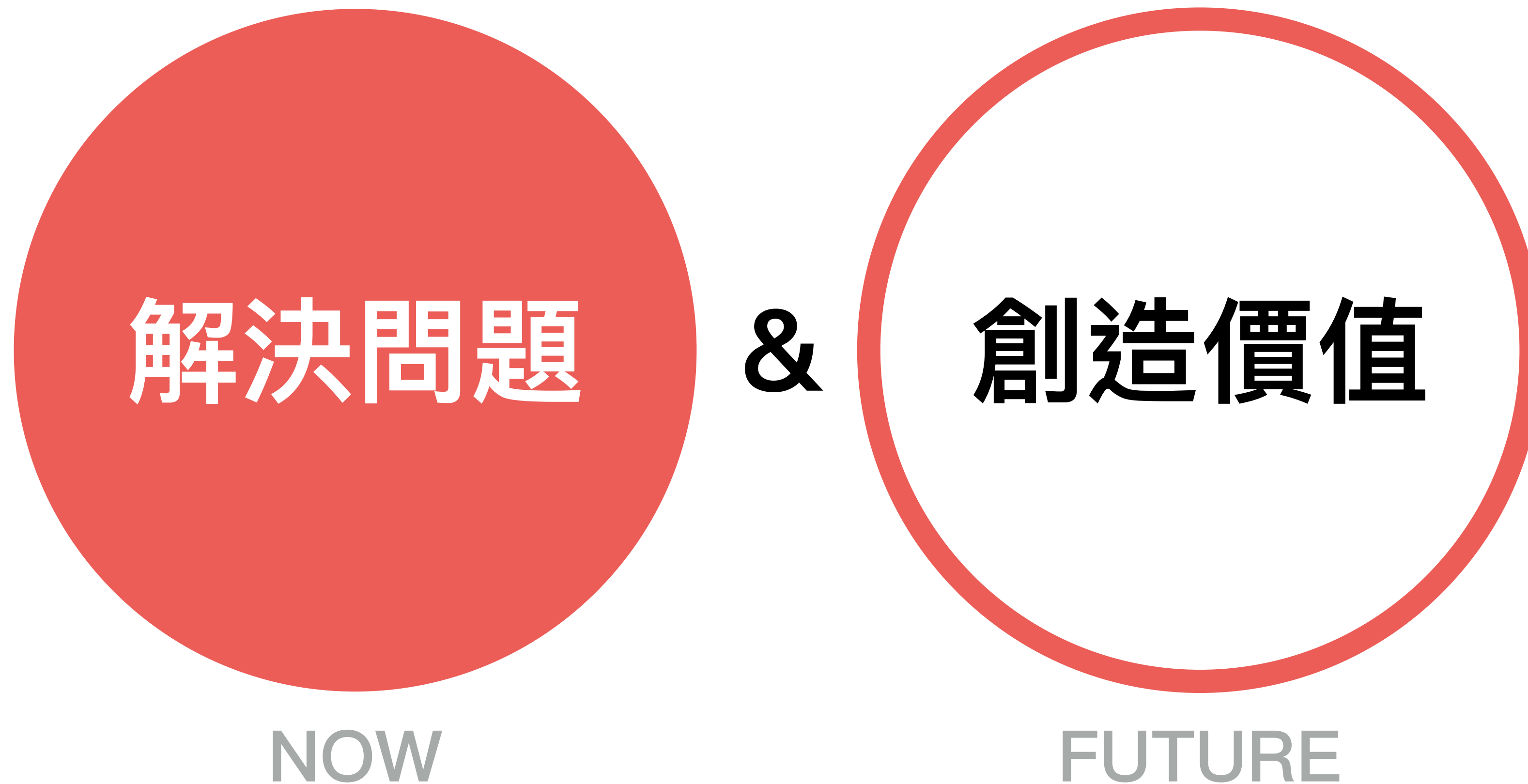
品牌能讓溝通更立體，更有說服力

“
Branding is what
people say about you
when you are not
in the room
”

Jeff Bezos, Founder of Amazon

品牌代表的是人們對你的
公司產生的直覺印象。

品牌可以：



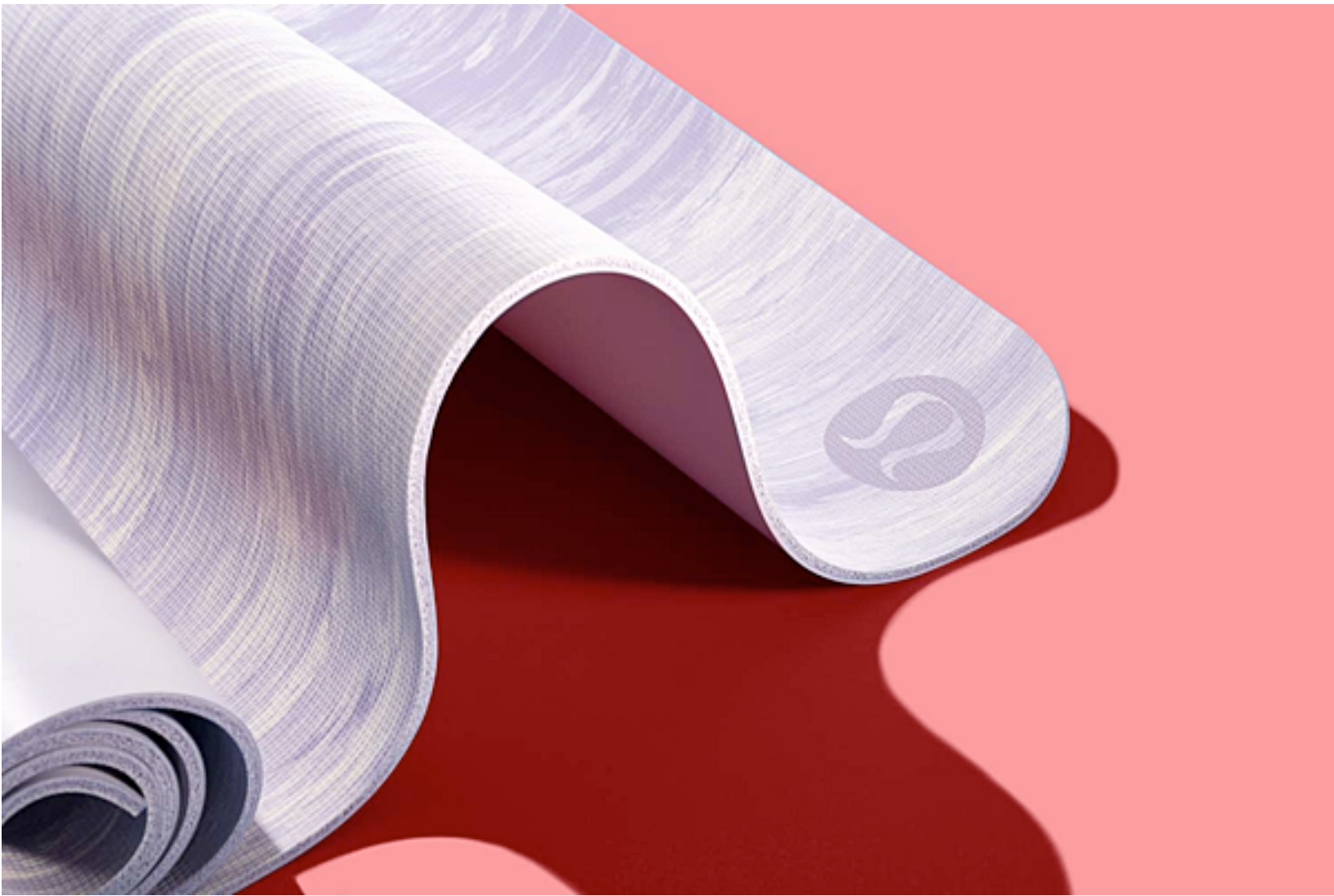
品牌的價值？



\$174



\$780



\$3886

T E S L A

左腦思考、理性價值

比規格、比價格、拼CP值

電動省錢
自駕等級

設備規格
安全性能



右腦思考、感性價值

比感受、比忠誠、搶下心佔率

帥爆
潮流感

環保
革命創新



好品牌，不做嗎？

1. **增加可靠感**：進入新市場事半功倍
2. **強化品牌識別**：理念/文化/價值/服務
3. **維護舊客戶忠誠**：面對危機的穩定度
4. **增加價格**：心理溢價
5. **市場差異區隔**（差異無優勢時特別重要）
6. **招募人員**：形象好→成就好
7. **凝聚內部向心力**：傳遞組織文化
8. **容易達成行銷目的**：品牌大→關注多
9. **容易創造綜效**：大品牌只想與品牌合作
10. **降低長期溝通成本**：信眾幫你宣傳



品牌思維 & 產品設計

在設計產品時，品牌思考的帶入有什麼幫助？

好的產品是
好的生意嗎？

6點思考讓商品設計 具有商業說服力

1. 研究目標受眾和市場需求
2. 市場競爭分析
3. 建立產品的獨特價值主張
4. 將品牌價值融入產品設計
5. 提供具有說服力的品牌故事
6. 設計受眾的品牌體驗

1. 研究目標受眾和市場需求

在設計產品和進行市場溝通之前，瞭解目標受眾和市場需求至關重要。這需要進行深入的市場研究和消費者分析，以確定他們的偏好、需求和行為模式。這樣的研究可以幫助我們了解目標受眾、確定他們真正關注的問題，發現潛在的機會。

我的產品要服務誰？他們的痛點是什麼？

2. 市場競爭分析

進行市場研究和競爭分析可以掌握趨勢和競爭狀況。幫助我們瞭解競爭對手的優勢和劣勢，以及他們的產品特點和市場定位，以利自己在產品開發時，可以避開死路，找到值得投入的方向。

競爭者是誰？他們做了什麼？沒做什麼？

3. 建立產品的獨特價值主張

產品的獨特價值主張是品牌成功的關鍵之一。我們需要定義產品與競爭對手的差異，並確定獨特的主張。這包括產品的特點、功能、優勢和效益，可以清楚讓消費者理解產品為他們帶來的價值。

我的獨特賣點是什麼？解決了什麼問題？

3. 建立產品的獨特價值主張 賣點九宮格

人體工學椅為例

我的賣點	支持理由	競品與我的差異
市場最耐用	碳纖材料、耐用測試	便宜合金、焊接粗糙
造型變化適用6種情境	針對使用情境設定活動關節	只能調整高度與扶手關節
保固最安心	十年保固、全台據點服務	一年保固、只有網路聯繫

4. 將品牌價值融入產品設計

品牌價值應該貫穿產品設計的各個階段，從初期的概念到產品開發和最終的設計細節，品牌的核心價值應該作為指導原則。這樣可以確保產品與品牌一致，並在市場上建立與品牌價值相符的形象。

我的產品提供什麼理性價值？感性價值？

5. 提供具有說服力的品牌故事

在設計產品和市場溝通時，一個引人入勝且有說服力的品牌故事，講述產品的起源、價值和意義，能夠觸動消費者的情感，並與他們建立深層次的聯繫。這將幫助消費者更好地理解 and 接受品牌，並激發他們的購買動機。

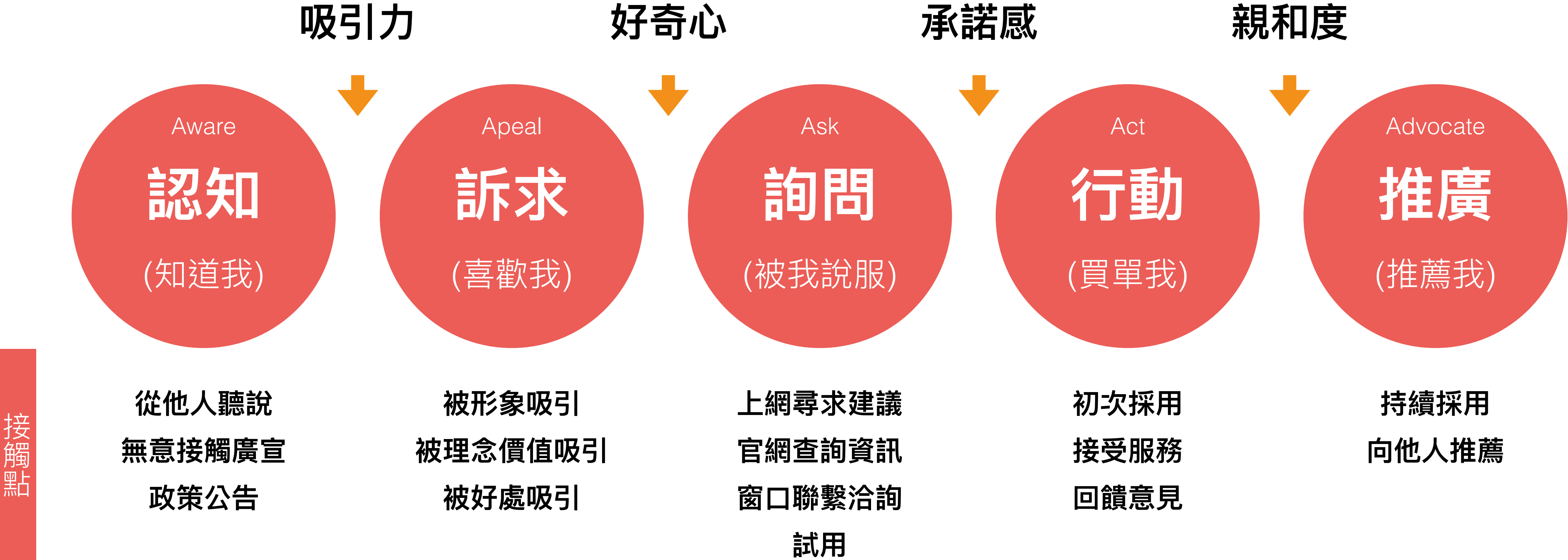
我是否能清楚說明我的理念初衷？

6. 設計受眾的品牌體驗

一致性的品牌體驗是建立強大品牌的關鍵。這需要確保品牌在所有接觸點上都呈現一致的形象和信息。從產品設計到包裝，從廣告宣傳到網站設計，一致性溝通可以增強品牌的辨識度，並在消費者心中建立品牌信任和忠誠。

商標、網站、產品、包裝、簡報是否協調？

6. 創造一致的品牌體驗 5A架構的顧客體驗路徑



* 菲利浦·科特勒 (Philip Kotler) 在《行銷4.0》中，重新定義了網路時代下的顧客體驗路徑

品牌溝通小技巧

如何用品牌溝通思維讓受眾買單？

強化價值和好處 而非規格

強調品牌的價值和好處，
讓消費者清楚了解選擇你的品牌或產品
所能獲得的實際價值和優勢。

我們幫消費者解決什麼問題？
提供消費者什麼價值？

7200RPM的硬碟

先進的致動懸臂磁頭技術

快速穩定的讀寫

讓您工作更高效、遊戲更順暢



理性說服外 產生情感連結

使用故事、象徵或具有情感共鳴的元素
來激發消費者的情感連結，讓他們產生共鳴和
情感投入。

消費者是否能理解我們的理念？
視覺上是否感受到個性與美感？

熬煮到無顆粒的木耳露
美味又健康

兒子飽受疾患導致吞嚥困難
藥師母親用愛熬煮的營養美味



2

建立互動 累積好感度

鼓勵消費者參與活動、社群或評論，並給予回應與反饋，增加他們對產品或服務的歸屬感。透過不斷提供有價值的訊息和互動機會，保持消費者的興趣和參與。

我是否能持續接收消費者的反饋？
如何溝通讓消費者對我產生好感？

如果有任何問題
歡迎留言指教

請問你覺得實用程度如何？
請問你是否感到好奇？



把話說得簡單 減輕理解負擔

避免過度複雜的訊息和過多的選項，以免消費者感到困惑。保持清晰簡潔的表達，使消費者能夠輕鬆理解並做出決策。

我爸媽是否能聽懂？

如果無法逐條解釋還能理解嗎？

你可以選擇速度、厚度、耐用
度、材質、配色的自由搭配組合

你可以根據需求選A輕量/
B標準/C專業的方案



真誠表達 而非過度包裝

建立誠信和透明度，坦誠地與消費者溝通品牌的價值觀、產品特點和相關訊息。避免誇大或誤導消費者，保持真實和可信的形象。

我說的話是否真實有據？

我表達的方式是否建立可靠的印象？

100%保證有效，使用者
用過都說讚！

〇〇條件下可以達到100%有
效，95%的使用者肯定回饋。



如果評審是你的消費者

強化價值和好處而非規格

理性說服外，讓評審產生情感連結

把話說得簡單，減輕評審負擔

建立與評審的互動參與

真誠表達而非過度包裝

AIDA說服模型

Aware
吸引注意

引人入勝的開場

Interest
引發興趣

凸顯使用情境與痛點，有力的結論

Desire
刺激渴望

強調品牌價值主張和產品特點

Act
促使行動

促使聽眾採取行動、做出改變

AIDA說服模型

長者輔具為例

AIDA	1.重點溝通	2.強化數據	3.強化溝通張力
Attention	為您呈現全新老年人輔具，輕巧易用，便捷生活。	超過95%長者有感提升生活品質，輕巧易用，便捷生活的輔具。	台灣有75%的長者有行動不便的困擾，我們全新的長者輔具，讓超過95%老年人有感提升生活品質。精心打造的輕巧外型，讓您輕鬆應對日常挑戰。
Interest	精準考量需求，提供穩定支撐舒適體驗。輕鬆解決日常困擾。	一直麻煩家人，越來越不想出門 提升70%穩定支撐體驗。98%長者有感提升便利性，專屬為你而生。	70%的長者回饋行動更靈活，出門不再倚靠家人，98%客戶稱讚產品在使用上的便利性，自己重拾行動力，讓生活煥然一新。
Desire	不僅實用，還有尊貴時尚的造型設計，讓您充滿自信活力。	通過一萬小時耐用測試，確保最大的安全穩定性。紅點設計團隊打造時尚外型，讓你充滿活力又有自信。	經過100個原型測試，通過一萬小時耐用測試，確保最大安全與穩定性。結合紅點團隊設計外型，符合時尚穿搭，不只享受生活，更加品味自信。
Action	現在就來體驗，點擊網站或致電預訂，讓您的生活更輕鬆舒適！	過去30天，我們已經幫助超過500位長者改善生活，立即採取行動，讓您的生活更輕鬆舒適。	絕佳機會不容錯過！現在就開啟您全新生活的鑰匙，過去30天，我們已經幫助超過500位長者改善生活，立即採取行動，讓生活更輕鬆舒適。

總結

1. 為什麼要有品 牌思維？

品牌是長久一致性的溝通。
品牌可以让你跳脫規格與價格戰。
品牌可以創造更高的價值感。
品牌可以讓消費者更信賴。
品牌價值可以被累積。

2. 如何讓產品設 計更有脈絡？

了解你的受眾跟他們的痛點與需求，知道什麼方案正在解決這些問題。從中間找到自己創造的差異方案，讓受眾可以在資訊上、互動上、體驗上感受到你的獨特價值！

3. 如何溝通讓受眾 買單？

真誠表達、讓受眾產生情感連結，用簡單清晰的詞彙傳達，你提供的價值與解決的痛點。在乎任何與受眾互動的機會。

祝各位參賽者創作順利！