

# 浅析“考虫”的品牌管理

---

## 浅析“考虫”的品牌管理

**摘要：**随着知识经济的飞速发展和信息技术产业的突破，科技的发展带动了教育行业的网络化，大学生对资格证书考试的需求使得网络上出现各式的在线教育机构，给在线教育行业提供了巨大的发展空间。同质产品严重导致消费者在选择产品时越来越重视品牌，教育类机构只有对自身品牌进行管理才可能让消费者更快的接受产品，所以一个企业优秀的品牌管理在市场竞争中起到了决定作用。

本文以在线教育机构“考虫”为研究对象，对其品牌管理展开分析，首先阐述了品牌管理的概述、品牌管理的特征、品牌管理的要素、品牌管理的内容，其次介绍了“考虫”的企业简介、微观环境分析，然后再结合“考虫”品牌的管理现状，发现了“考虫”品牌管理中存在的问题：品牌定位局限，无法满足需求；品牌知名度低，品牌形象弱化；传播渠道单一，宣传力度不足；监管力度薄弱，忽视品牌维护。最后针对问题提出建议：拓展细分市场，满足客户需求；提升品牌认知，树立企业形象；增加传播渠道，深化品牌印象；加强学习监管，注重品牌维护。希望以上对策可以提高“考虫”的品牌优势，加强企业的品牌管理，扩大企业的知名度，使得企业在竞争中取得优势。

**关键词：**品牌；品牌管理；在线教育；“考虫”

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/498031032105007001>