



公益传播

医疗健康领域公益组织 品牌塑造与传播

分享人：苏智

本次课程主要内容

- 1、关于品牌的相关概念厘清
- 2、公益组织与品牌的关系
- 3、公益组织塑造与传播品牌的路径
- 4、案例分享
- 5、公益组织品牌管理建议
- 6、Q&A

课程适用：

初创/萌芽期、对机构的品牌塑造与传播有期待和计划的服务型公益组织



符号论：美国营销学 会 (AMA)

品牌是一种名称、术语、标记、符号和设计及其组合运用，用以区别其他产品或劳务。

形象论：大 卫·奥格威

品牌是一种错综复杂的象征，是品牌的属性、名称、包装、价格、历史、声誉、广告风格的无形组合。

现代营销学之父 科特勒

销售者向购买者长期提供的一组特定的特点、利益和服务。

什么是 品牌

关系论：定位理论 开创者杰克·特劳

某个品类的代表，对某个品类的主导，成为第一。

品牌战略专家 凯文·凯勒

品牌的力量存在于消费者心中，构建在消费者心中强烈、独特、美好的品牌知识

民间

存在于消费者心目中的稳定一致积极的联想

品牌是在受众心中形成独特形象的一个**认知总和**

品牌能提升**偏好度**、建立**忠诚关系**、创造**差异性**的有效工具

品牌帮助人们形成认知联系，**简化决策过程**

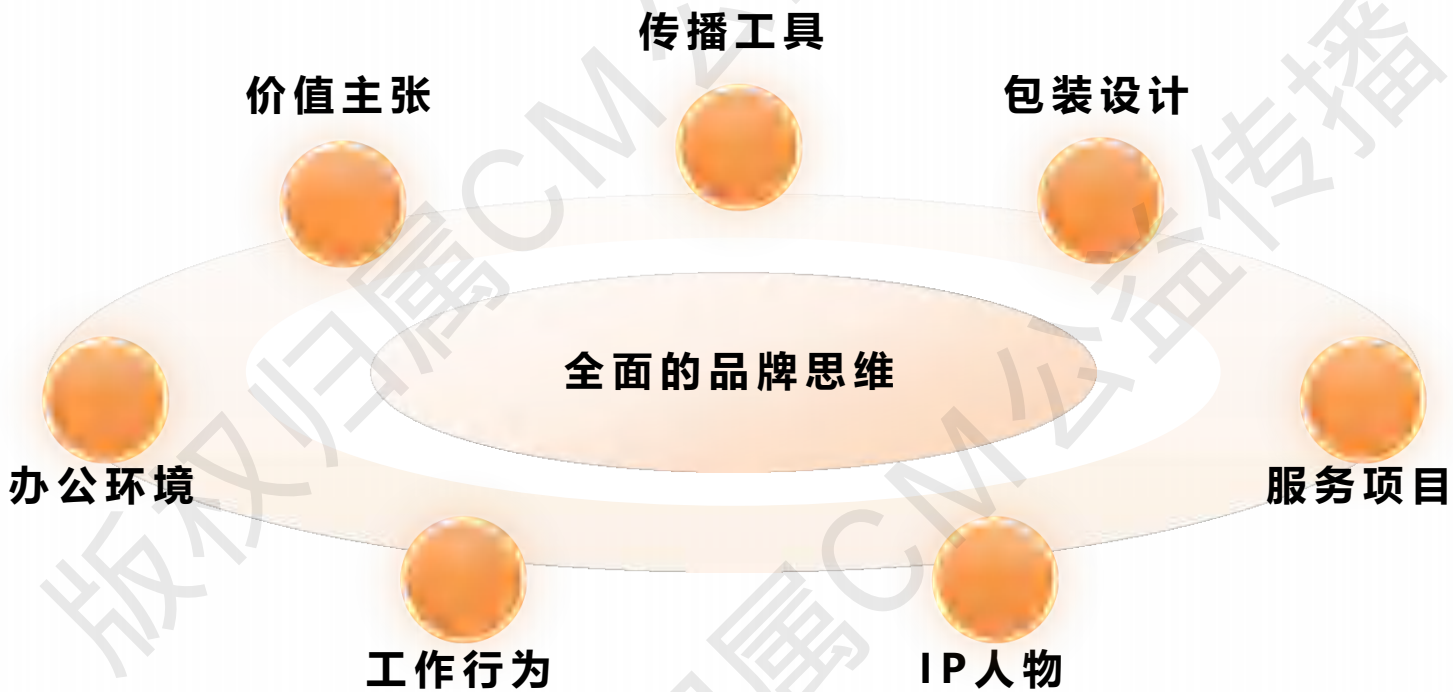


科学全面的品牌调研诊断、
规划定位、传播推广、调
整评估

培养和评估品牌的知名度、
美誉度和忠诚度

坚持自己的品牌定位，信
守对消费者所作的承诺

卓越品牌塑造的基本路径



在公益领域，良好的品牌可以帮助你：

提高识别度。将自己与其他类似组织、项目区分开，让你的项目信息在嘈杂空间中得到更有效的传播。

增加信任和忠诚度。对外增加受众的信任和忠诚度就会，对内创造一种内部团结的氛围。

增加筹款和参与度。不仅可以通过增加知名度来更快地实现筹款目标，还能增加支持者对相关项目的参与度。





Inclusion
China
融合中国
建康融合倡议项目



展心计划

来源于中国好公益平台

如何塑造与传播公益品牌？

魂

形

道

意

如何塑造与传播公益品牌？



内容：

- 厘清组织的使命、愿景、价值观（定位）
- 讨论工作团队内部的愿景和目标
- 了解资助者、志愿者、理事会等利益相关方期待
- 分析服务对象的行为和动机

工具：

- 1、头脑风暴会/愿景工作坊；
- 2、调研/访谈工具

如何塑造与传播公益品牌？



基于_____（愿景）结合_____（行业趋势），通过_____（组织资源）给_____（目标受众）提供_____（产品/服务），从而实现_____（价值主张），并区隔于_____（竞争对手）。

如何塑造与传播公益品牌？



内容：

- 概括性的宣传语（一句话介绍你是谁）
- 组织品牌形象设计（VI系统-logo、颜色、物料等）
- 宣传册、传单、易拉宝
- 媒体平台、网站、公共邮箱系统等展示页面

工具：

- 1、品牌形象管理和使用手册

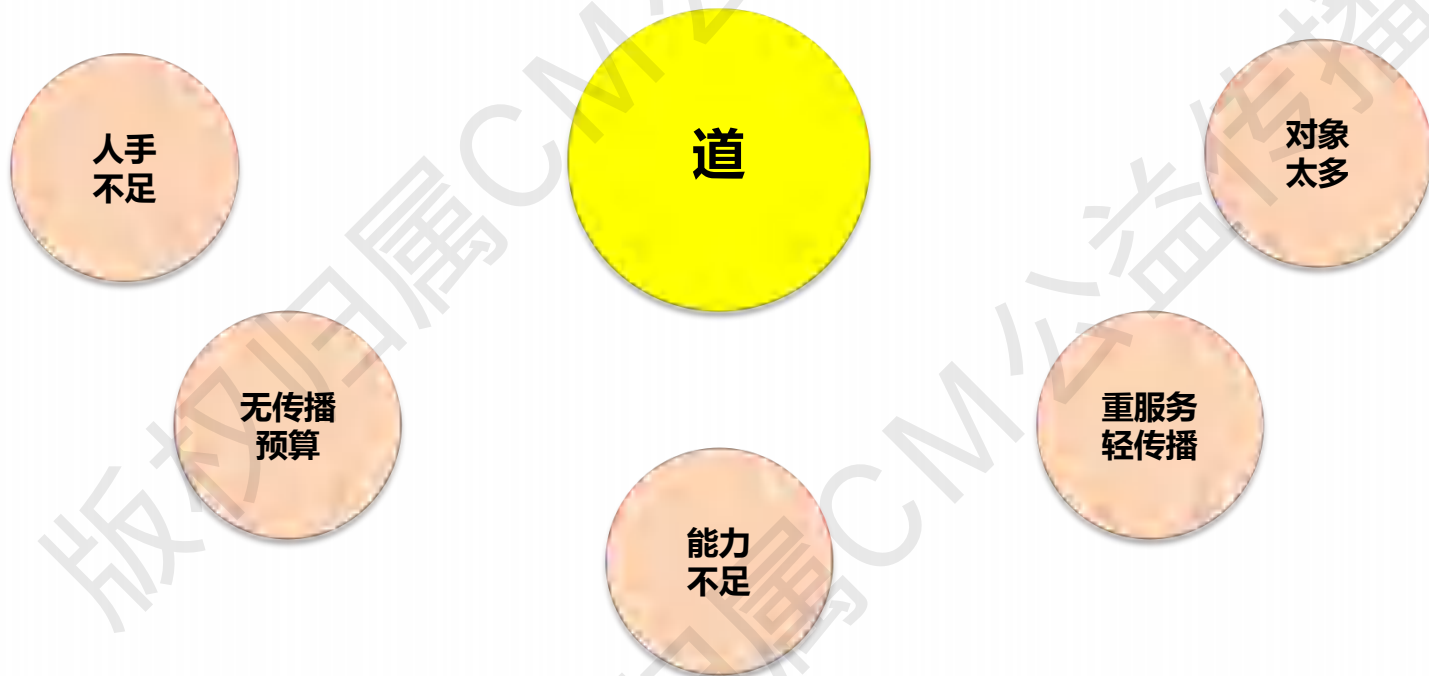
如何塑造与传播公益品牌?



内容:

- 受众-对谁传播
- 场景-什么情况下传播
- 渠道-借助什么工具传播
- 内容-传播什么
- 属性-频次/篇幅/图或文等

如何塑造与传播公益品牌？——服务型公益组织的传播困惑



如何塑造与传播公益品牌？



案例



武汉清晨创新公益发展促进中心，成立于2015年，是一家用创新理念和方法促进身心障碍者社会融合的民办非企业机构。清晨公益建立了武汉市首家为精障者康复者提供训练的便利店、咖啡馆和植物染工坊，为超过近百个社区提供创新的社会问题解决方案，并在自然疗愈和雇主融合等领域不断做出新的尝试和推动。

愿景：残障人士实现社会融合与社会就业，过上有品质的生活

如何塑造与传播公益品牌？



案例

品牌项目：再享生活——社区精康人士康复计划

以“复元理念”和“正常化理念”为指导，运用整合型社区康复服务模式，以康复者及其家庭作为干预对象，一是通过服务覆盖，让更多的精神障碍康复者获得康复机会；二是通过康复服务，帮助康复者及照料者发展技能，获取资源，从而协助他们在生活、工作、学习和社会中获得价值，助力其回归正常生活；三是整合社区在地资源，建立社区支持网络，让社区网络中的相关方能够为辖区康复者提供有效的服务与支持，最终促进康复者在其能力范围内独立生活并回归社会。

如何塑造与传播公益品牌？

社区康复服务传播矩阵

场景：以社区为主要传播场景

传播对象	传播类型	传播方式/具体形式	传播内容	传播目的
康复者	人际传播	具体服务活动	庇护性课程、烘焙课、园艺课等	建立关系、达致效果
家庭	人际传播	家属社群沟通	具体康复者情况表现、答疑	保持互动、信息通达
社区居委会	人际传播	社区联席会议	项目进展、效果、计划	信息通达、获得支持
医疗机构	人际传播	工作汇报会议	康复者典型表现咨询建议	获得支持
政策制定机构	组织传播、大众传播	线下宣导活动、公众号科普宣传	社区精神康复科普知识、机构成效	信息通达、影响决策、影响公众
其他合作机构	组织传播、大众传播	志愿活动、研究活动、公众号传递价值	具体志愿者活动、研究性活动	展示形象、获得支持、沉淀经验

如何塑造与传播公益品牌？



意

内容：

- 有意思的图文、故事
- 创意性的品牌推广活动

如何塑造与传播公益品牌？

1、试着讲好自己的故事

讲故事是建立品牌最有效的方法之一，通过揭示受益人（或者你的组织）所面临的挑战，故事可以帮助受众理解你所处的环境并与你建立有意义的关系，帮助你的组织品牌脱颖而出。

1

内容真实

来源于真实的工作场景、真实的服务对象生活场景或志愿者工作状态等

2

形式多样

可以写出来，可以拍出来，可以是模拟对话的形式谈出来，或照片串起来

3

第一人称

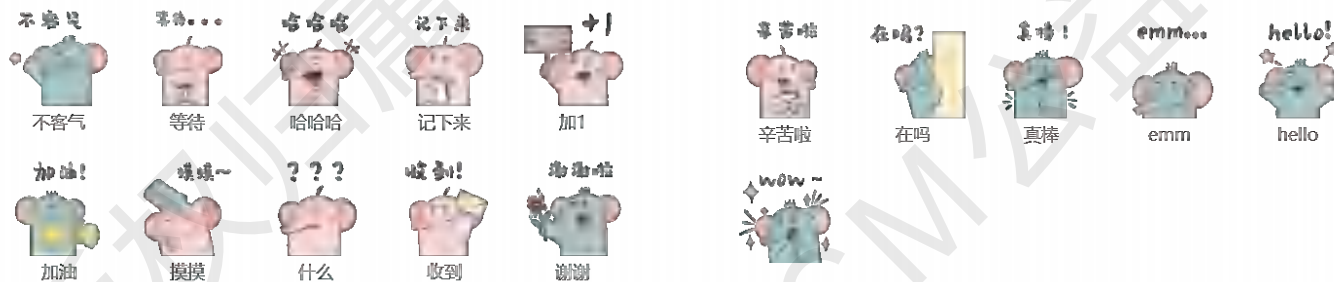
人们与个体产生共鸣要比群体或抽象概念容易得多，可以是一个志愿者，一个社工，一个服务对象为视角来描述

如何塑造与传播公益品牌？

2、拟人化的形式讲述健康科普知识

以武汉清晨创新公益发展促进中心为例

小象在清晨



如何塑造与传播公益品牌？



如何塑造与传播公益品牌？

3、借助一种意向，增加互动形式，让医疗健康传播更有趣

WORLD
F5HD
MAY

F5HD: 血解脂型肌营养不良症 简称：“小飞侠”
因病情突出，看上去像两只小翅膀
“小飞侠”热爱他们自由自在 无忧无虑
患者无法上学就业
因此用橙子替代飞翔

主办方：
罕见病发展中心
China Rare Diseases Development Center

联合主办：
抖音
今日头条
公益传播

独家冠名合作：
抖音

橙子微笑挑战

嘴吸橙子五秒并@他人在24小时内参与挑战

如何塑造与传播公益品牌？

4、与文化性的活动结合，整合资源、线上线下共同发力

适用于有一定资源、发展期形态组织使用

2023年[CM公益传播]携手诗歌界顶级刊物《诗刊》社发起“以诗之名，让珍稀被珍惜”项目，让生物多样性议题进入更多文学界人士的创作视野。在5.22国际生物多样性日期间，在微博上发起#以诗之名，让珍稀被珍惜#话题活动，动员大家一起创作。线下携手天虹、黑龙江省万达广场、南京市红山森林动物园等举办线下科普诗歌展，线下诗会，让诗歌与动物园巧妙结合，除了朗诵与音乐表演外，多位著名诗人莅临现场参与诗歌创作与生物多样性保护主题沙龙，活动全程通过多平台直播，辐射众多网友。

05/22

国际生物多样性日



自然有诗意，一个物种就是一首诗

认识珍稀物种，守护诗意自然
邀您关注生物多样性保护，与自然共未来

以诗之名
让珍稀被珍惜

指导单位：CBI 世界自然保护联盟 IUCN 中国自然保护协会 CNCP 中国生物多样性保护与绿色发展基金会 承办单位：公益传播 其他支持：PARKS 绿色中国 绿色中国 绿色中国 支持媒体：文字思明

核心网络媒体：央视 腾讯 新浪 网易 凤凰网 黑龙江网10报 支持媒体：野生星球 WEBID 绿色中国 TRAFFIC 支持媒体：中国日报 界面新闻 腾讯财经 网易新闻 网易新闻 网易新闻

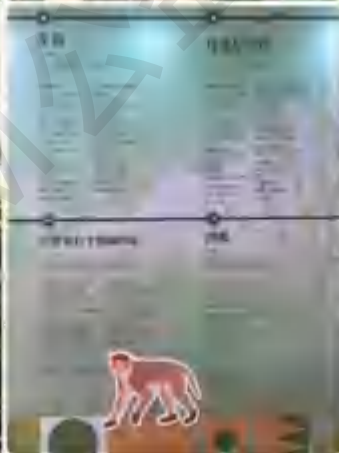
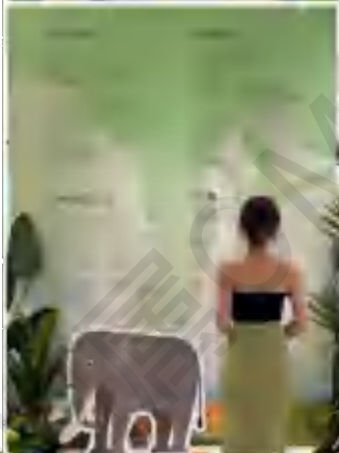
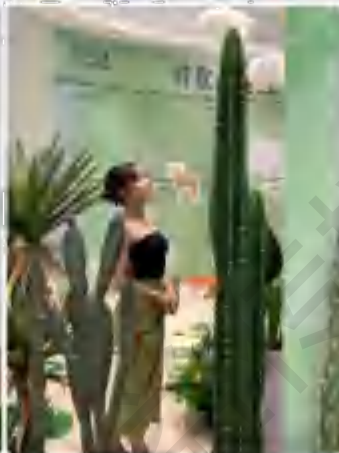


微博话题#
以诗之名，
让珍稀被珍
借#近5000
万阅读量，
获得媒体、
明星艺人、
知名诗人等
发博支持。

天虹专场诗歌展-由天虹负责共创

"以诗之名 让珍稀被珍惜"

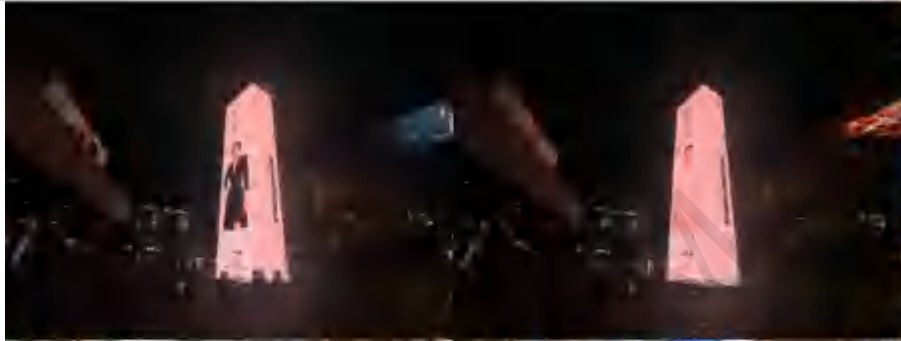
主办单位
江苏省诗词学会、江苏
省诗协、南京
市文学艺术界联合会
承办单位
江苏省诗词学会、南京市诗协





红山动物园专场诗会与诗歌展-由
南京红山森林动物园负责共创






于全国天虹旗下超百家购物中心和商场、超市以及黑龙江省10家万达广场共计近2000室内外屏幕投放海报。



如何做好品牌管理？

品牌自触点

品牌战略平台、核心信息和品牌识别系统与外界的互动



品牌触点管理

品牌它触点

品牌通过第三方与人们的接触点，包括渠道信息、媒体讯息

品牌底触点

创始/管理团队与人们发生的信息接触。品牌对特定机构或人群的信息接触

品牌基触点

公益产品与服务与用户的互动，包括服务的承载者的理念言行、形象

如何做好品牌管理？

品牌自触点

对品牌的“魂”的系统、科学分析；品牌的定位

品牌底触点

做好理事会成员、工作人员、志愿者得赋能培训，做好捐赠者、受助对象的动态化管理

品牌接触点管理

品牌它触点

官方网站、微博、微信公众号的管理——更新频次、呈现内容、信息准确等

品牌基触点

公益项目、社会活动与机构使命愿景价值观的一致性



本次课程内容回顾





公益传播

THANKS

发现和创造公益传播的更多可能

网站: www.cmchuanbo.org

邮箱: info@cmchuanbo.org



个人微信



微信公众号