

北京中交远航认证有限公司品牌创建方案

(2025年~2029年)

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党中央、国务院关于全面加强质量认证体系建设的方针政策，认真落实市场总局《质量认证行业公信力建设行动方案（2024—2026年）》的部署和要求，全面贯彻新发展理念，坚持“传递信任、服务发展”的宗旨，以提升认证质量水平为着力点，打造国内知名的认证机构，为建设质量强国、实现高质量发展做出应有贡献。

二、主要目标

(一) 2025年底计划：进入国家A类认证机构行列。

(二) 五年规划（2025年—2029年）：打造具有全国影响力的知名认证机构，力争2026年进入100家具有全国影响力的知名认证机构行列；提供高阶层品质服务，成为交通行业最信赖的质量管理专业评价及认证机构。

三、主要任务

(一) 品牌定位

1. 使命、愿景、核心价值

- 使命：高品质输送管理标准和管理方法，服务企业质效提升。

- 愿景：成为国内最受信赖的认证、评价机构。

- 核心价值：信任、温馨、专业、新质。

2. 业务范围：传统认证（管理体系认证、服务认证），企业管理评价，与质量提升、绩效管理有关的咨询业务。

3. 行业洞察分析：调研行业政策、发展趋势（如数字化转型、ESG 评价需求增长）；分析竞争对手品牌定位与服务差异点；识别目标客户痛点（如中小企业合规成本、优质客户高阶层认证需求等）。

4. 品牌核心价值提炼

围绕企业核心价值“信任、温馨、专业、新质”，结合各类业务特点进行分析提炼。

- 技术性定位：突出“国际标准本土化，标准落地融合化专家”。

- 情感价值：强调“让服务可感知”。

品牌承诺：“三重价值交付：认证评价规范性保障 + 管理提升方案 + 跟踪助力企业持续改进发展”；以标准赋能企业卓越，用服务赢得客户信任，做行业最可信赖的认证机构。

（二） 策划品牌形象识别系统

1. 标志（Logo）、口号。

2. 媒介设计：对外的工作资料、展示物体、网站、宣传材料。

3. 其他相关设计元素。

（三） 品牌传播

制定实施《品牌宣传推广方案》，策划提升企业形象。内容包括：

1. **品牌推广渠道：**官网优化、社交媒体宣传、行业会议参与等。

内容营销：联合发布《行业质量管理蓝皮书》、制作“增值服务”系列短视频。

活动矩阵：参与认证行业相关会议及专题活动、交通行业质量年会、参与实施交通行业质量评审活动。

2. 客户口碑传播：客户体验管理，服务流程品牌化（一站式服务），确保服务流程高效，客户反馈及时处理。

3. 实施“灯塔计划”：重点客户及成功服务案例展示，打造 10 个典型企业案例；建立专家智库：签约 10+行业权威顾问；开展跨界合作（与行业协会、知名院校、数字化平台联动）。

（四）开展认证增值服务、擦亮中交品牌

1. 基础层服务：常规管理体系及服务认证，管理体系诊断。开发“企业管理体系护航者计划”，为企业管理体系建立运行及持续改进提供健康、贴心的服务。

2. 进阶层服务：如数字化转型认证、评价，企业管理绩效及成熟度评估及咨询。设计“企业健康度诊断模型”，推出“企业卓越运营加速器”解决方案包，研发开展数据评价、认证活动规则等，助力客户企业提质增效，数字化转型。

3. 实施服务流程品牌化（如一站式服务），实施《信息化建设工作方案》，确保服务流程高效，完善升级公司认证业务数据库，建立交通领域企业经营管理指标信息数据库，客户及业务前台反馈事宜及时处理。提高认证人员专业素质。

（五）加强认证人才队伍建设

加强认证活动人员培训，有效解决认证人员能力短板；建立专家智库，加强对认证人员的管理，完善认证人员职业道德、行为规范管理制度。开展员工文化宣导活动，增强团队凝聚力，让员工成为品牌代言人；形成评估激励机制，设定具体的 KPI，纳入全年、年中、季度考核激励。

四、组织实施

（一）加强组织领导

公司成立品牌建设工作组，公司主要领导任组长，主管业务的公司领导任副组长，各部门负责人及骨干人员为组员。工作组具体负责策划、推进实施品牌创建工作。

（二）加强统筹协调

与行业协会、媒体合作，扩大影响力；社会责任方面，参与公益活动，提升品牌形象。利用国家认证认可监督管理委员会、中国交通企业管理协会团体标准编制平台，联合各相关单位主导制定相关交通领域认证团体标准，提升公司在认证领域和交通行业质量管理提升方面的领跑地位。

（三）确定效果评价指标

品牌认知度、专业权威度、商业转化率（A类客户占比年增长5%）、客户忠诚度（排除经济环境因素，续认证率 $\geq 85\%$ ）等。

（四）加强风险防范及质量管控

健全风险防控机制，建立认证风险、舆情监测响应机制；着力质量管控，建立服务满意度预警机制。