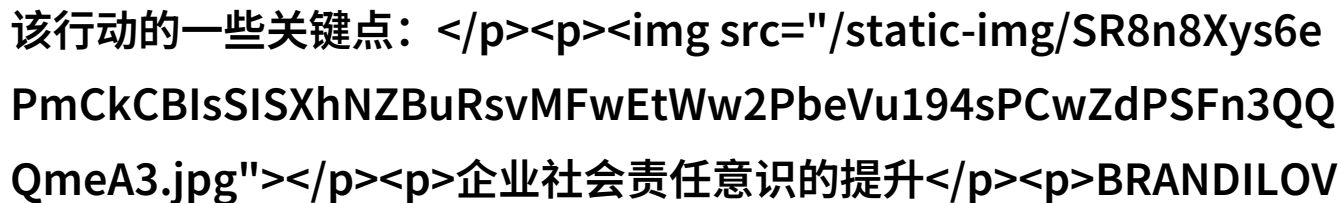
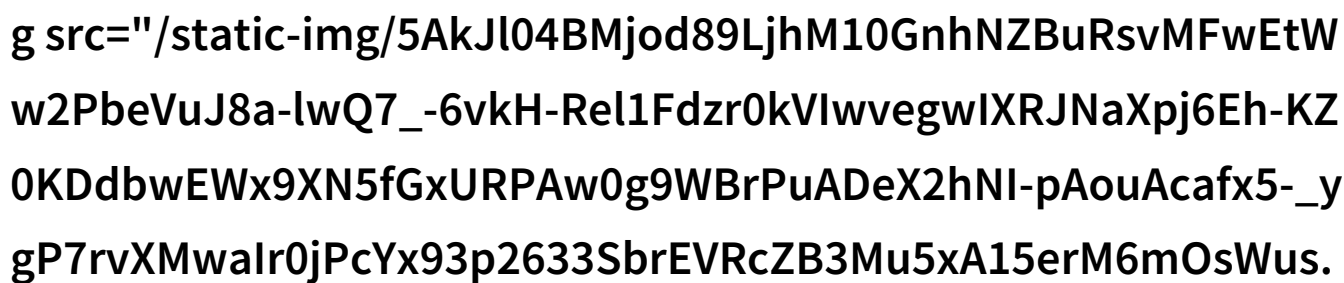


# 品牌爱心传播行动总结

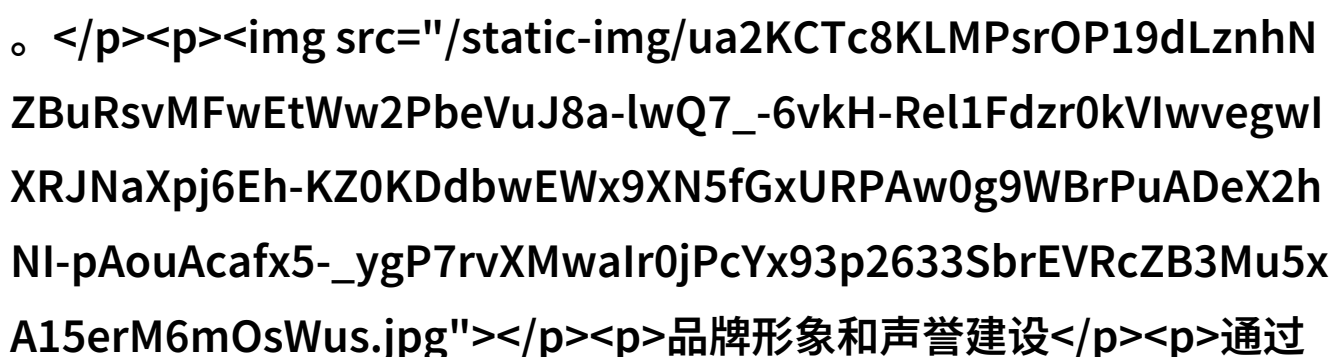
品牌爱心传播行动是一个跨越多个领域的综合项目，旨在通过创新的方式提升公众对品牌价值的认知，并激发消费者的积极参与。以下是该行动的一些关键点：

企业社会责任意识的提升

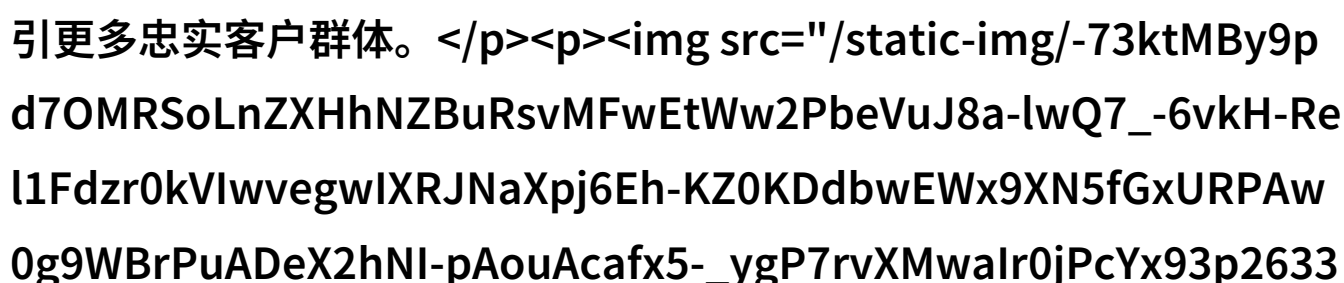
BRANDILOVEMISSIONARYACTION通过强调企业对于社会和环境负责的重要性，为消费者提供了一个信任和支持可持续发展理念的平台。

消费者参与度的增加

这种行动鼓励消费者成为品牌故事的一部分，无论是在社交媒体上分享他们与品牌之间的情感联系，还是在社区中开展慈善活动，都能增进用户与品牌之间的情感纽带。

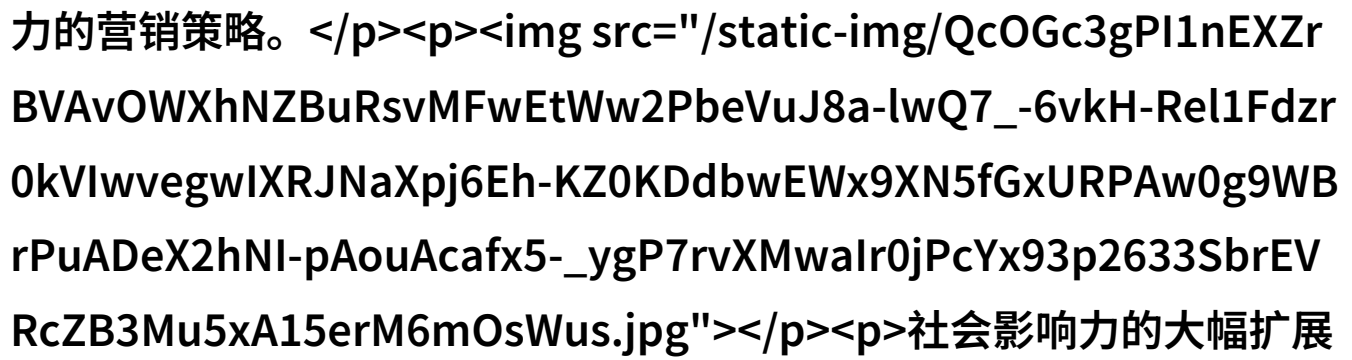
品牌形象和声誉建设

通过一系列有意义且引人注目的活动，BRANDILOVEMISSIONARYACTION为公司树立了积极向上的形象，同时也为其建立了良好的声誉，从而吸引更多忠实客户群体。

市场竞争力的提升

这项运动不仅让公司能够更好地了解市场需求，还帮助它们

在竞争激烈的商业环境中脱颖而出，因为它展示了一种独特且具有吸引力的营销策略。



社会影响力的大幅扩展

BRANDILOVEMISSIONARYACTION推动了一种文化变革，使得企业开始以更加负责任和关怀他人的态度来经营业务，这样的变化最终将对整个社会产生深远影响。

长期合作伙伴关系的建立

这种跨界合作不仅加强了不同组织间的人脉网络，还促进了长期战略联盟，这对于未来的成功至关重要，因为它确保了资源共享、知识转移以及共同目标实现。

[下载本文pdf文件](/pdf/578523-品牌爱心传播行动总结.pdf)