

电视购物中的品牌营销

——详细的操作方法告诉你如何进行电视购物的品牌营销——

适合对象：

电视购物专业策划人员等

学员收益：

1. 培养品牌营销的思想
2. 构建品牌营销的关键因素
3. 学习先进的品牌表现手段与方法

培训时间：

2天

培训讲师：

陈旻

准达北京公司总经理

中国第二代实战派品牌营销专家！

致力于打造最适合国内企业的“中国式营销”！

工商管理硕士，现任中国品牌研究中心专家组成员，澳中教育交流协会营销专业首席专家。多个消费品品牌操盘手。



现任采纳品牌营销策划机构北京公司总经理，项目总监。并担任山东奥星集团、陕西西凤集团、河南矛盾集团、金星啤酒、山东金正大集团、板城烧锅酒、鲁花集团等十余家企业的品牌与营销顾问。

课程大纲：

主题	培训内容
品牌——远高于高于产品的附加值	<p>当品牌拥有让消费者认可的东西时，就拥有了附加值，这个附加值远高于产品价值。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 消费者如何感知一个品牌 ● 打造品牌附加值从那些方向入手 ● 品牌从哪些方面进行表现
产品——如何迅速抓住消费者的心	<p>品牌策划重要的是突出最核心的卖点，而不是一大堆的好处，能迅速抓住消费者的心往往是一个点：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 什么是产品的可感知因素 ● 寻找消费者痛点 ● 产品的核心卖点如何寻找 ● 产品的价值体系如何规划
表现——如何最	<p>品牌和产品规划之后，重要的是通过什么方式表现卖</p>

<p>大化突出产品特点</p>	<p>点，：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 如何突出消费者关注点 ● 消费者关注点的方法与形象化 ● 如何将产品的核心卖点、消费者关注点、产品可感知因素结合起来。 ● 产品可感知因素的 5 种表现方式 ● 如何用画面表现可感知因素 ● 如何用声音表现可感知因素 ● 如何用行为表现可感知因素
<p>互动——让消费者参与进来</p>	<p>互动能够让消费者更加关注我们的品牌和产品，更有参与感。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 如何设计品牌和产品故事 ● 如何在产品故事中加入互动的情节 ● 如何设计消费者互动的通道

授课风格：

实战实效，现场互动，关联案例剖析，课堂解决现实难题

专家观点：

——助你赢得下一场战斗的，才是真正的英雄。

——适合的，才是最好的！

客户评价：

1、陈老师的课很好，解决了很多我平时经常遇到，但是不知道怎么解决的问题。
—— 西凤集团 田崇军

2、陈老师的培训课程对品牌的推广揭示了一些具体可行的方法，容易理解，谢谢！
—— 山东健元集团总经理 姜元义

3、陈老师的品牌课讲得很不错，一听就知道是实战派的企业实用课程。
—— 河北今中道集团总经理 冯占峰

4、很有收获，针对性很强。通过陈老师的课，我们学到了很多实用的营销方法。
—— 宁夏红集团 高涛