

科学构建品牌

——详细的操作方法告诉你如何进行品牌及推广策划——

适合对象：

营销总监 市场总监 专业策划人员等

学员收益

1. 培养系统营销的思想
2. 构建营销体系的关键因素
3. 学习先进的营销手段与方法

培训时间

1天

课程大纲

一、品牌与营销体系

品牌不是一个孤立的专业，品牌策划是在企业整体经营策略指导下的具体实践，品牌策划首先要了解企业整体营销的构架。

二、中国市场环境下的品牌战略

1.不同类型的企业，不同的发展阶段，需要不同的品牌战略：

- 弱小型企业
- 中小型企业
- 成长型企业
- 领先型企业

2、案例

- 皇明太阳能的品牌之路与关键策划节点
- 中之杰的品牌突破

三、如何做市场调研

品牌规划来源于对市场、自身、消费者、竞品的洞察，市场调研是一切品牌策划的基础。

- 如何设计调研方案
- 如何进行调研结果分析

四、360°品牌管理

1.消费者与品牌关系？

- 消费者如何接近品牌；
- 消费者的使用经验；
- 消费者的友谊和感受；
- 消费者的想法和态度；
- 消费者的需要和欲求。

2.何谓360度？

- 每一个与消费者的接触点都能达到预期的效果；
- 每一个接触点都能准确地传达信息；
- 经验更加容易获取、信息更加丰富。

3.消费者如何感知品牌？

产品、声誉、卖场通路、视觉识别、形象

4.360度品牌管理流程

信息收集——品牌检验——品牌探测——品牌写真——品牌检核

五、品牌架构与品牌规划

1.品牌策划不仅仅是创意，品牌是一个价值体系，品牌有基本的架构与内容：

- 搭建品牌金字塔
- 品牌基本架构
- 品牌基本要素与策划思路
- 品牌策划的基本方法

2.案例

- 卡士牛奶的品牌架构

六、如何定位

1、定位是品牌最重要的专业内容，定位来源于对市场的深刻洞察，需要有科学的方法：

- 定位的六种方法
- 根据市场现状选择定位方向
- 品牌更新与品牌活化

2、案例

- 波密柚的定位来源

七、推广与传播

1.整合传播已经成为今天主流和有效的传播模式，我们需要的是如何整合、如何设计

- 整合传播的思路
- 如何分析传播受众
- 广告、公关、地面传播的整合与设计

2.案例

- 今世缘的事件营销
- 临水坊的山东地面传播