

在新的品牌环境下发展

如何认知品牌环境，如何在新的品牌环境下发展

适合对象

营销总监、市场总监、专业策划人员等

学员收益

1. 树立正确的品牌环境思想
2. 了解品牌环境的要素
3. 了解适应环境与改善环境的基本方法

培训时间

1天

课程大纲

一、什么是品牌环境，品牌与环境的关系

正确认知品牌环境是企业适应品牌环境、改善品牌环境的基础，那么品牌环境

到底是怎样的一种存在？

- 品牌环境的概念
- 品牌微观环境的构成

- 品牌宏观环境的构成
- 品牌与品牌环境之间的适应与相互影响
- 中国品牌环境的历史与发展趋势

二、品牌环境与消费者的关系

企业经营最终是要和消费者产生交易，如何抓住消费者的心是品牌建设的终极核心，那么品牌环境是如何影响消费者的呢？

- 消费人群细分与消费行为模型
- 品牌环境如何影响消费者
- 消费者如何改变品牌环境
- 消费者与品牌环境互动模型

三、品牌、环境、消费者的关系

企业经营最终是要和消费者产生交易，如何抓住消费者的心是品牌建设的终极核心，那么品牌环境是如何影响消费者的呢？

- 消费人群细分与消费行为模型
- 品牌环境如何影响消费者
- 消费者如何改变品牌环境
- 消费者与品牌环境互动模型

四、品牌、环境、消费者的关系

品牌与消费者都需要在品牌环境下生存，那么在特定的环境之下，品牌与消费者如何互动？

- 品牌与消费者互动要素
- 品牌环境对互动要素的影响

五、中国品牌环境下的商业品牌规划

中国市场的品牌环境不同于大多数教科书上的品牌环境，如何正确理解中国的品牌环境，如何根据现实情况进行品牌规划？

- 中国品牌环境下的四大品牌发展战略
- 根据品牌环境进行品牌定位
- 如何建立适应环境的品牌价值体系
- 如何根据品牌环境进行品牌管理

案例

- 恒波通讯——创造品牌经营新模式
- 某礼品商城的品牌定位调整
- 万泽品牌规划详解