
《品牌战略与营销管理》

主讲:崔自三

第一部分：品牌规划与管理

一、品牌的概念

- 1、什么是品牌？
- 2、品牌的价值
- 3、品牌的内涵

二、品牌的特征

- 1、品牌是企业的一种无形资产
- 2、品牌具有一定的个性
- 3、品牌具有排它专有性。
- 4、品牌是以消费者为中心的
- 5、品牌是企业竞争的一种重要工具

三、品牌的种类

- 1、制造商品品牌和中间商品牌
 - 2、区域品牌，国内品牌，国际品牌
 - 3、短期品牌，长期品牌，时代品牌
- 案例：某家具企业的品牌规划及其实施

四、品牌定位

- 1、品牌定位的涵义
 - 2、品牌的具体定位策略
- 案例：某家具企业的品牌定位

五、品牌命名及品牌标志设计

- 1、品牌命名
- 2、品牌标志设计

六、品牌策略

- 1、品牌化决策
- 2、品牌使用者决策
- 3、品牌名称决策
- 4、品牌战略决策
- 5、品牌再定位决策
- 6、品牌延伸策略

案例：某家具企业品牌战略构建

第二部分：营销管理

一、营销管理概述

- 1、什么是营销？
- 2、什么是营销管理？
- 3、营销理论发展演绎
- 4、营销观念演变

案例：从老太太买李子看营销

二、销售计划管理

- 1、销售目标管理
 - (1) 销售目标的内容
 - (2) 销售目标制定的程序

三、销售组织管理

- 1、销售组织的含义
- 2、建立销售组织的步骤
- 3、销售团队建设

案例：某家具企业的组织建设

四、销售人员的招聘与培训

- 1、合格销售人员的条件
- 2、销售人员的招聘途径与录用过程
- 3、销售培训的内容

案例：某家具经销商如何培训导购员？

五、销售人员的报酬与激励

- 1、销售报酬的作用与类型
- 2、激励的一般原理

七、销售技能技巧提升

- 1、开发客户的方法
- 2、有效处理异议的技巧
- 3、有效客户管理
- 4、客户投诉的处理
- 6、数据库与客户关系管理

案例：天津某家具企业数据库营销

八、销售网络管理

- 1、销售网络的构成
- 2、销售网络的设计
- 3、销售网络的管理

案例：某家具企业因地制宜，采取合适的网络模式