
品牌之上-聪明企业如何利用品牌推动业绩

【上】品牌 (400 页)

第一章 精髓 (1 天半)

从大脑结构说起--黄金圈-三个我-人的四个方面-营销 3 台阶-立足价值观与人文-全面思考品牌-品牌 DNA-品牌宣言-拟人拟物-品牌个性-领导品牌力-宗教与品牌-重建时机-品牌活力

第二章 定位 (半天)

树敌-定位三段锦-品牌三浪潮-定位法

【中】品牌+ (400 页)

第三章 创新+ (3 天)

创新思维 (奇妙的创新思考方法很多)

略创新 (成功创新四在原则-四色战略-模式创新-供应链创新-

“+”-反营销-创新新法则“时间图”-要素品牌创新-CSR 及 SCR-女性创新)

绿色创新 (通过 AUDIO 发现环保问题和机会-“从绿到金”策略结构)

设计创新 (最棒的设计定义-第三种创新：设计驱动式创新-苹果设计秘密-好设计是?-企业领导者 or 产品领导者-品位-创新三步曲-设计外包)

服务创新 (服务 3P-愿景根源-友善-选择员工-用多少心-服务王道-NPS-“A-P-P-L-E”-三步得到一个快乐的顾客-授权员工-苹果五步服务法-冠军服务三秘密-失误补偿-协作服务-给予顾客“三项满足”-选择销售工作的“三个喜欢”-更多鲜为人知的服务技巧-过程设计-服务创新思维-有形展示设计-过渡区管理-排队心理与管理-重置顾客心理时钟-分散注意力的技巧-向服务业务模式转型-新接触点管理-3E-接触点量化管理-店铺发现度自测-店铺魅力度自测-峰终定律-问题小分队-用户观察-五种感官体验设计)

第四章 传播+ (1 天)

感官营销-口碑营销-故事营销-策略创新-表现创新-公关创新-广告创新-样品创新-媒体创新-促销创新-知识营销等

(上、中，共 800 页/6 天-基于市场和社会)

【下】雇主品牌 (200 页/1 天) (基于员工。可选，大纲另附)

第五章 预示-诊断

第六章 建立

第七章 体验-应用

受益：抛弃外脑，品牌自主

目标：增值 × 加速 × 加强，让你 3 飞跃

目标人群：任何对品牌感兴趣的人

听众满意度：95-100 分