

---

# 课程五：打造区域市场强势品牌价值

## 第一章：品牌概念与价值

- ◇ 品牌的时代
- ◇ 品牌是什么？
- ◇ 优秀品牌的四个价值
- ◇ 品牌的作用目标
- ◇ 消费者对成功品牌的体验
- ◇ 品牌为什么重要
- ◇ 产品与品牌的差别
- ◇ 商品品牌体系

## 第二章：品牌与整合传播

- ◇ 什么是传播？
- ◇ 品牌的传播
- ◇ 品牌传播的力量
- ◇ 品牌传播的表现与手段
- ◇ 品牌传播的媒体
- ◇ 企业“新媒体”对营销的支持
- ◇ 事件策划与品牌传播
- ◇ 新时代品牌传播的五大特征

## 第三章：区域市场的强势品牌推广之道

- ◇ 区域市场的品牌使命
- ◇ 建立区域强势品牌的价值
- ◇ 区域市场广告活动的管理

- 
- ◇ 区域市场公关促销活动策略

## 第四章：品牌在的终端传播创新

- ◇ 店头广告，精致传播
- ◇ 店内广告，抢占高点
- ◇ 强势终端，品牌为王
- ◇ 终端陈列，生动为先
- ◇ 有效促销，互动为本
- ◇ 光亮工程，永不放松

### 【案例赏析】

- ◇ 富安娜区域市场品牌建设
- ◇ 中国联通品牌战略规划
- ◇ 百德品牌战略规划
- ◇ 夏新品牌转型与定位
- ◇ 华帝的品牌转型与终端策略
- ◇ TCL 应对中原市场——父亲给了我们粮食，我们给父亲什么？
- ◇ 富安娜多品牌终端推广
- ◇ 创维电视终端市场推广案
- ◇ 康师傅冰红茶的品牌推广与渗透