
用结果说话,以实效为准,为目标负责,因为专业所以值得信赖

《强势品牌崛起之路》

主讲：吴兴波

课程类别

品牌营销、市场营销、营销策略、营销策划

培训对象

董事长、总经理

培训形式

专题讲授/互动问答/案例分析/视频分析/现场讨论

培训时间

1天，不少于6课时

培训目标及效果

- ✦ 打造品牌烙印，定位时代属性，确定品牌识别系统，建立目标客户归属认知
- ✦ 定位品牌营销，识别目标客户，把握人心聚焦定位
- ✦ 策划引领未来，助力弯道超车，跟第一名发生关系，如何做有创意+接地气的广告
- ✦ 联动创意营销，植入认同符号，找到并培育具备“植入”的土壤

课程纲要

第一部分：打造品牌烙印，定位时代属性

1. 中国改革后营销的四个时代变迁
2. 营销的4P与4C，缺一不可
3. 打造品牌烙印，紧跟时代脉搏，决定发展的是趋势

-
4. 创造品牌个性，确定品牌识别系统，建立目标客户归属认知
 5. 品牌打造的五度空间与三老满意（老头子、老百姓、老板）
 6. 案例分析：某企业品牌的三十年营销变迁

第二部分：定位品牌营销，识别目标客户

1. 营销就是把产品变成品牌，把握人心聚焦定位
2. 定位品牌营销的五大理论：归因理论、说服力传播理论、二级传播理论、替代性理论、条件反射理论
3. 应该起个好名字，起好名字的六字真经
4. 以客户心智阶梯为导向的营销定位
5. 客户的需求在哪里，定位就在哪里
6. 定价定天下：薄利多销是一场骗局
7. 探讨分析：你公司的营销定位是什么？能否聚焦目标客户？

第三部分：策划引领未来，助力弯道超车

1. 品牌策划的四率：曝光率、转化率、成交率、转介绍率
2. 王老吉与加多宝的市场之争，老大和老二打架老三死了
3. 格力造就美的，跟第一名发生关系，傍大款该怎么傍
4. 阶段之争：联通为什么干不过移动，移动为什么没干过联通
5. 营销策划广告的核心：有创意+接地气
6. 案例分析：现场讨论我们自己的广告语

第四部分：联动创意营销，植入认同符号

1. 我们正从一个营销沟通的打扰时代进入到一个植入时代
2. 创意营销，品牌与文化联动之道
3. 谁是植入者，植入式营销的前世今生
4. 润物细无声的植入式营销就是植入目标客户认同的符号
5. 植入营销的五大法则：定位法则、匹配法则、融合法则、合理法则、情感法则
6. 找到并培育具备“植入”的土壤，植入式营销就是植入认同
7. 植入营销如何植入来势汹汹的“新媒体”
8. 案例：你的产品应该植入什么里面？该怎么样植入？