

<高效构建中国强势品牌的营销实战策略——快速实现销售突破>

培训受众

企业及各类机构高层决策者、中层管理人员，销售人员，经销商代表（此课程建议带团参加效果更佳）。

课程收益

- 全面掌握品牌规划的科学手段
- 把握提炼品牌定位的核心要素
- 了解高效建立品牌识别的方法
- 学会低成本品牌推广的技巧
- 梳理营销和品牌的内在关系
- 掌握品牌延伸与销售业绩提升的互动策略
- 解决企业产品不对路、没有卖点、缺少卖相的问题
- 解决品牌定位错乱、诉求不准、推广效率低下的问题
- 解决市场布局不合理、销售渠道不通畅、价格体系混乱、市场终端表现缺乏生动性的问题
- 解决销售队伍人心不稳、缺少战斗力、销售精英流失的问题
- 解决销售赢利模式缺失问题

课程大纲

课程大纲

一、品牌就是权力

■为什么“名牌”不等于“品牌”

■从需求中挖掘市场机会

■品牌关联模型的实践运用

■产品与品牌间的销售促进协调

■营销资源的“铁三角”架构

二、品牌规划和品牌管理

■品牌的价值营销策略

■品牌规划中的关键技巧

■品牌定位的策略方法

■品牌核心价值的管理

■品牌延伸的方向和步骤

三、营销传播和销售策略

■市场营销的三个关键

■产品的价值构成

■顾客“购买决策漏斗”及应对策略

■消费者品牌选择的心智模式

■营销传播的策略创新

四、市场竞争的策略规划

■市场结构和竞争策略

■四种销售提升路径

■现代营销的关系转换

■营销的阶段策略设计

■销售中提高顾客价值的路径及步骤

五、关联案例剖析研讨

■同类的商品怎样让不同的顾客掏钱

■为什么产品一面世就走上了不归之路

■高科技产品为什么会让人尴尬万分

■市场“先驱”怎样避免成为“先烈”

■品牌营销创新中的重重陷阱