

银行业品牌建设和品牌营销内训课程

# 品牌建设和品牌营销

## ——低成本打造强势品牌之路

### 培训课程大纲

讲师：刘杰克

为什么无数企业一蹶不振，而只有少数企业基业长青？

现在的产品市场，没有品牌就没有竞争力，没有竞争力就无法在市场中立足。品牌已成为企业利润的主要来源和生存基础，并且是市场创新的动力源泉！

**企业要想发展，必须建立品牌意识！**

品牌建设对于企业的发展有着决定性的作用，只有拥有了自己的品牌资产才会让企业在众多竞争者中立于不败之地。

如何低成本创造大大高于行业利润平均水平的收益，挑战行业的领导者？

在激烈的传统广告战局面下，企业如何依托社会化媒体，实现低成本战略突围？

刘杰克老师将在《品牌建设和品牌营销——低成本打造强势品牌之路》培训课程中与您分享！

## 课程大纲：

### 课前谈

- 1，讲故事说品牌——当前经济与市场热点话题
- 2，百战归来再读书——学员讨论与互动

### 第一部分：中国企业发展所处的市场竞争环境

- 1，价格战——前世 VS 今生？
- 2，广告战——捷达换奥迪 VS 奥迪换捷达？
- 3，渠道战——要天下 VS 要命？
- 4，促销战——东邪西毒 VS 南帝北丐？
- 5，现象解析——本土品牌海外收购 VS 电商推出自主品牌？

### 第二部分：企业和品牌如何突围的战略思索

- 1，走向蓝海——从老人与海的故事谈起！
- 2，高瞻远瞩——全球视野下的新机会 VS 吹尽狂沙始得金！
- 3，把控核心——笑到最后方英雄 VS 如何掌控产业价值链？
- 4，协同竞争——狗性优于狼性 VS 狼性优于狗性？
- 5，建设根据地——闯王 VS 红军？
- 6，组合创新——从奥迪 4S 店谈起！
- 7，营销三维论——何为三维？3+1！

### 第三部分：如何巧借事件营销打造品牌

- 1，事件营销定义——创意为魂！
- 2，事件营销溯源——天下有“免费”的午餐吗？
- 3，事件营销本质——策划 VS 新闻规律？
- 4，事件营销特性——收益与风险并存 VS 如何趋利避害？
- 5，事件营销成功四要素——金子才会发光！
- 6，事件营销切入点——公益 VS 危机？
- 7，事件营销类型——借势 VS 造势？
- 8，事件营销案例——女博士代言橄榄油案例全景解析！

### 第四部分：品牌如何建设大本营与强势根据地

- 1，为什么要做根据地营销——生 VS 死？

- 2, 如何选择根据地市场——门当户对 VS 力攀高枝？
- 3, 根据地市场制胜要点——奥巴马 VS 拉登？
- 4, 根据地市场分类——何处是入口？
- 5, 多米诺市场开发体系——多米诺的玩法与启示？
- 6, 目标人群根据地市场营销策略及相应案例——关键点营销案例！
- 7, 产品根据地市场营销策略及相应案例——浑水摸鱼的故事！
- 8, 区域市场根据地营销策略及相应案例——北京市场闪电战案例！

#### **第五部分：品牌如何做竞争定位**

- 1, 战略定位方法——大象与蚂蚁的启示？
- 2, 基于市场领导者定位的品牌竞争策略——诺基亚 VS 中华网？
- 3, 基于市场跟随者定位的品牌竞争策略——卡姿兰 VS 玛丽黛佳？
- 4, 基于市场替代者定位的品牌竞争策略——IPHONE 崛起背后的故事？

#### **第六部分：品牌动态 4P 论**

##### **一，以产品为战略核心的品牌论**

- 1, 运作要点及相关案例——首富是如何炼成的？
- 2, 如何借势饥饿营销打造品牌——饥饿营销的本质与要点？

##### **二，以价格为战略核心的品牌论**

- 1, 运作要点及相关案例——价格屠夫是好是坏？
- 2, 品牌四位定价论
  - (1) 基于成本的品牌定价策略——如何通过金字塔体系提升利润率？
  - (2) 基于消费者心理的品牌定价策略——LVMH 业绩如何屡创新高？
  - (3) 基于目标利润的品牌定价策略——产品如何能象中国油价一样大涨小回？
  - (4) 基于竞争的品牌定价策略——IPAD 何以一统天下？

##### **三，以推广为战略核心的品牌论**

- 1, 运作要点及发展趋势——社会化营销
- 2, 搜索营销——得百度 VS 得天下？
- 3, 微博营销——如何借“微”力改变品牌江湖地位？
- 4, 口碑营销——比广告厉害七倍的免费营销策略如何进行？
- 5, 社区营销——品牌如何决胜终端之外？
- 6, 其它重要网络营销策略运作要点——合力才能铸就强势品牌！

##### **四，以渠道为战略核心的品牌论**

- 1, 运作要点及相关案例——如何通过渠道价值链重组掌握产业主导权？
- 2, 品牌动态三级经销商体系——庞大的经销商体系应如何管理和激励？

#### **课程目的：**

- 1, 以原创的实用理论为指导，解决产业营销和品牌管理中普遍存在的问题；
- 2, 帮助学员掌握营销和品牌管理的工具与手段，学会制定营销和品牌建设规划；

3，本课程由著名品牌营销专家刘杰克老师原创，系统讲述在当前全球宏观经济背景及中国产业发展演变情境下，如何从产业与战略高度构建企业核心竞争力和成功建设品牌的战略战术及完整流程；

4，通过理论与实战案例相结合的方式，致力于帮助学员在当前时代下有效构建企业的核心竞争能力及提升学员品牌与企业运作的能力。

### **课程面向人群：**

企业中高层管理者，董事长，总经理，副总经理，部门经理等；

营销相关人员，营销总监、营销负责人和网络营销相关人员；

品牌相关人员，首席品牌官、品牌总监、品牌经理等；

市场相关人员，市场总监、市场经理等；

销售相关人员，销售总监、招商经理等；

渴望成为一名成功企业家、职业经理人、营销家和品牌运营专家的学员。

### **课程讲授方法：**

1，结合当今全球经济发展趋势和中国产业演变发展形势，通过理论体系与实战案例解析相结合的方式进行授课；

2，以大量实战案例和原创观点支持理论体系，既有理论高度，又有实战深度；

3，内容严谨充实又不乏轻松幽默；

4，同时加入学员案例现场演练和点评，增强课程的互动性。

### **课程时间：**

一天或两天（可根据客户需求调整授课时间）