
品牌战略规划与推广策略课程大纲

课程时间：一天

授课对象：企业高层管理者、营销、品牌、企划总监及相关部门骨干人员

课程目的：1、通过本课程，使学员学会利用文化武器塑造和武装品牌，完善品牌规划要素；

2、了解品牌价值的塑造方式，通过对标管理，发现并解决本品牌运营的不足；

3、掌握打造品牌战略的方法，并学会利用各种资源将品牌有效推广。

课程大纲：

- 一、品牌是市场竞争利器
- 二、品牌的塑造是文化塑造
- 三、文化使品牌形成认同性
- 四、品牌文化的市场传播
- 五、创造品牌价值的基本框架
- ◆ 品牌价值的研究方法
- ◆ 消费者如何认知品牌价值
- ◆ 消费者对品牌的态度
- ◆ 品牌价值感----一个品牌就是一种承诺
- ◆ 强势品牌塑造强势价值

研讨：我们如何塑造自己的品牌价值？

- 六、品牌对标管理
- ◆ 为什么要进行标杆管理？
- ◆ 品牌如何对标？

研讨：我们的品牌如何对标？

如何打造差异化与个性化？

产品同质化，如何通过对标形成我们品牌的细节优势？

七、品牌战略与推广谱系图

1、品牌战略与品牌实施

- ◆ 品牌战略是一个内外兼修的过程

- ◆ 品牌实施整体规划

2、品牌推广策略

- ◆ 目前产品典型的营销推广策略

研讨：策略对标，那些策略及手段适合我们的品牌

八、总结研讨

- ◆ 建立完善的品牌整合推广体系