

品牌战略管理

主讲：万力

【课程背景】

打造一个个性鲜明、联想丰富、高威望、高价值感、高美誉度与忠诚度的强势大品牌的关键是对品牌进行长期的战略管理。然而中国的大部分企业对于品牌管理依然十分陌生，在品牌战略管理上的知识还十分贫乏，对品牌管理究竟具体做哪些工作不大了解或了解不深、不完整，甚至不少销售额几十亿、上百亿的企业的营销高层人士都无法清晰地回答创建一个强势品牌的关键要素是什么。更有急功近利者认为把产品卖出去就是做好了一个品牌。因此，对立志创建强势大品牌的中国企业而言，先要研究清楚品牌战略管理究竟管什么？

【课程收益】

- ◇ 了解实施名牌战略的意义，学习名牌评价标准；
- ◇ 了解中国各行业品牌榜样，创中国最有价值品牌；
- ◇ 了解中国市场产品格局，学习新品牌崛起途径；
- ◇ 了解培育品牌的六大维度，学习如何传播和推广；
- ◇ 了解品牌文化建设方法，学习品牌营销的方法；

【课程大纲】

课程导入：万力品牌十问

第一部分：品牌中国篇

- ◇ 企业实施名牌战略的意义

- ◇ 关于品牌、名牌的探讨
- ◇ 中国名牌评价标准
- ◇ 中国名牌战略十大误区
- ◇ 十大国际名牌案例
- ◇ 十大中国名牌案例
- ◇ “品牌热”在全国兴起

第二部分：品牌榜样篇

- ◇ 中国十大老字号
- ◇ 中国八大名酒
- ◇ 中国十大名茶
- ◇ 中国家电十大品牌
- ◇ 中国 IT 十大品牌
- ◇ 中国食品十大品牌
- ◇ 中国服装十大品牌
- ◇ 没有品牌就没有未来

第三部分：品牌价值篇

- ◇ 国际品牌价值评估标准和方法
- ◇ 年度全球最佳品牌十强排行榜
- ◇ 中国最有价值品牌
- ◇ 中国名牌价值评价的方法
- ◇ 品牌是企业最宝贵的无形资产！

第四部分：品牌崛起篇

- ◇ 中国市场产品格局
- ◇ 中国第一品牌案例
- ◇ 中国新品牌五大重点
- ◇ 中国新品牌发展方向
- ◇ 中国新品牌典型案例
- ◇ 第一品牌战略：顶天立地
- ◇ 中国新品牌八大素质
- ◇ 中国新品牌十大理念
- ◇ 中国新品牌十大特点
- ◇ 中国新品牌十大危机
- ◇ 中国新品牌十大需求
- ◇ 现场互动：我要争第一

第五部分：品牌创建篇

- ◇ 品牌培育的六大维度
- ◇ 品牌策略之品牌定位
- ◇ 品牌策略之品牌命名
- ◇ 品牌策略之品牌标志
- ◇ 品牌策略之品牌理念
- ◇ 品牌策略之品牌个性

第六部分：品牌延伸篇

- ◇ 娃哈哈品牌延伸案例
- ◇ 一牌多品：金利来案例

- ◇ 一品多牌: 颐中集团案例
- ◇ 多品牌 : 宝洁集团案例
- ◇ 副品牌 : 海尔集团案例

第七部分 : 品牌传播篇

- ◇ 航天品牌传播
- ◇ 航天新闻宣传
- ◇ 航天形象塑造
- ◇ 航天品牌推广
- ◇ 案例 : 宝洁广告法

第八部分 : 品牌推广篇

- ◇ 公关的三大职能
- ◇ 公关的十件大事
- ◇ 品牌的危机公关
- ◇ 资源融合与信用

第九部分 : 品牌文化篇

- ◇ 标杆管理
- ◇ 企业文化的五个一工程
- ◇ 培训教育

第十部分 : 品牌质量篇

- ◇ 质量管理最新趋势
- ◇ 质量是企业的生命 !

第十一部分 : 品牌创新篇

- ◇ 标杆管理—抓人才
- ◇ 蓝海战略—抓科技
- ◇ 执行力—抓服务
- ◇ 售后服务的基本做法

第十二部分：品牌营销篇

- ◇ 品牌营销十八招
- ◇ 市场营销与渠道建设
- ◇ 得网络者得天下！

第十三部分：品牌管理篇

- ◇ 企业管理三大创新
- ◇ 六大国际管理热点
- ◇ 品牌管理五个维度
- ◇ 企业创新八大力量
- ◇ 企业家九个关键词
- ◇ 转型关注十件实事
- ◇ 21世纪品牌的时代

讨论与反馈