

# 《品牌致胜——白酒品牌定位策略与运营实务》

讲师：崔自三

**破冰游戏：**分组：队长、队名、口号、队歌  
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

**引子：**

从一组数据，看企业长久发展之道  
有何启示？

## 一、酒企应该具备的品牌意识

- 1、什么是品牌？
- 2、为什么要经营品牌？
- 3、品牌的溢价性与长久性

案例：汝阳杜康

## 二、酒企为什么要进行品牌定位

- 1、品牌定位与产品的一致性
- 2、品牌定位与价格的一致性
- 3、品牌定位与市场的一致性
- 4、品牌定位与渠道的一致性
- 5、品牌定位与顾客的一致性

案例：洋河蓝色经典

## 三、认识品牌定位：品牌定位理论的演进

- 1、USP理论
- 2、品牌形象论
- 3、品牌定位论

案例：衡水老白干十八酒坊

## 四、品牌定位的种类

- 1、大众化市场定位
- 2、利基市场定位
- 3、差异化定位

案例：金六福的品牌定位

## 五、品牌定位的三个层次

- 1、产品定位
- 2、品牌定位
- 3、企业定位

案例：茅台酒的品牌定位

## 六、品牌定位的原则

- 1、受众导向原则
- 2、差别性

- 3、个性化原则
  - 4、动态调整原则
- 案例：二锅头

#### 七、决定品牌定位的标准

- 1、定位是要让消费者切身感受到的
  - 2、定位要以产品的真正优点为基础
  - 3、定位一定要能凸显竞争优势
  - 4、定位要清楚、明白
- 案例：仰韶彩陶坊

#### 八、品牌定位的过程

- 1、定位的目的就是要将产品转化成品牌
  - 2、Philip Kotler 策略行销四个步骤
    - Probing 试探 (市场/消费者)
    - Partitioning 区隔化
    - Prioritizing 设定优先顺序
    - Positioning 定位
  - 3、STP 策略
- 案例：泸州老窖国窖 1573

#### 九、品牌定位六要素

- 1、消费者的需求
  - 2、目标消费者群
  - 3、竞争范畴
  - 4、利益点
  - 5、原因(支持点)
  - 6、品牌个性
- 案例：有数的酒

#### 十、品牌定位的八大方法

- 1、功能/质量定位
  - 2、价值定位
  - 3、服务定位
  - 4、概念定位
  - 5、目标消费者定位
  - 6、使用情景定位
  - 7、情感定位
  - 8、文化定位
- 案例：双沟珍宝坊

**互动：提问、解答与探讨**