

# 品牌创新与营销整合

主讲：黄宏老师

## 一、学员收益

- 1、了解品牌建设的重要思想及品牌战略思维
- 2、掌握品牌建设及自主品牌打造的核心思想
- 3、掌握品牌建设的规律及品牌创新传播策略
- 4、掌握基于品牌打造的创新营销系统
- 5、系统掌握品牌打造及创新营销设计理念

## 二、适用范围

总裁/总经理、营销总经理等企业中高级管理人员

## 三、课程大纲

### 一、品牌的意义与品牌分类思考

品牌是一种无形资产，品牌也是知名度，有了知名度就具有凝聚力与扩散力，就成为发展的动力，企业品牌建设是企业发展战略的重要阵地。

#### 1、品牌的定义及分类及区别

- 1.1.1 新时代的品牌战略的定义
- 1.1.2 当前品牌的分类
- 1.1.3 品牌的起源及发展
- 1.1.4 品牌战略的重要性及作用

#### 2、品牌价值与品牌资产管理

- 1.2.1 新时代品牌价值的含义
- 1.2.2 品牌价值的三个层面
- 1.2.3 品牌的核心价值
- 1.2.4 品牌的三度原则

#### 3、品牌建设概述与新品牌战略方向

- 1.3.1 什么是品牌建设
- 1.3.2 品牌建设的五大误区
- 1.3.3 我国目前品牌建设的现状
- 1.3.4 品牌定位及品牌战略选择

### 二、互联网时代品牌建设与实施

对于品牌建设，这是一个最好的时代，这又是一个最坏的时代，看似更容易，实则更艰难，面对传播、竞争、迭代的环境变化，如何基于自身资源有效设计创新并落地自己的品牌战略尤为重要。

#### 1、品牌的识别系统设计

- 2.1.1 高度符合品牌定位的符号印记
- 2.1.2 精准定位的品牌形象塑造
- 2.1.3 三维一体的品牌识别体系建设

#### 2、品牌的传播推广建设

- 2.2.1 品牌战略的借势传播思维

2.2.2 品牌传播的造势超速发展

2.2.3 品牌稳进的立势战略设计

### 3、品牌的维护提升系统

2.3.1 品牌升级的快半步战略思维

2.3.2 系统设计品牌入心的实现路径

2.3.3 品牌建设的风险管控

## 三、基于品牌战略的创新营销

互联网+时代，企业品牌想要深入人心就必须以客户需求为核心，针对客户的核心需求展开立体全景式的创新营销设计。

### 1、基于品牌的营销策略科学有效梳理

3.1.1 当前营销策略梳理及优劣分析

3.1.2 结合品牌的营销战略蓝图表述

3.1.3 基于品牌发展的营销战略路径

### 2、构建企业品牌战略及营销模式

3.2.1 基于八大需求突破品牌发展瓶颈

3.2.2 深度挖掘客户价值五个步骤

3.2.3 互联网下的营销创新生态系统构建

### 3、品牌建设及营销策略有效落地设计

3.3.1 符合品牌战略的营销突破分阶段设计

3.3.2 创新营销设计高效突破企业资源限制

3.3.3 基于品牌及营销执行落地战略联盟设计

## 四、课程总结、创新计划

将所有思考与创新点设计成简易的执行计划，以便落地实施！

备注：最终版本会根据具体课程做必要调整，以调整后为准。

## 四、教学方式

核心法则讲解、案例分析、规律总结、工具演示，启发式、互动式教学

## 五、课程时间

1-2天

## 六、课程主旨

在互联网时代，新常态、新经济下，消费者的心理与习惯不断的发生着变化，我们需要从客户出发，充分结合市场，聚焦于消费者需求，以创新的态度完成企业新常态的转变，使企业成为真正能为客户不断提供高附加值服务的缔造者，确定企业高水平的经营策略，树立品牌竞争优势，达到提高市场占有率和市场份额的目标。

## 七、老师观点

- 1、今天的优势会被明天的趋势所取代，逆水行舟，不创新则淘汰！
- 2、战略来自策略，策略来自市场，市场来自客户的需求，产品和服务只不过是满足客户需求的一种手段！
- 3、从来没有停止前进的行业，只有止步不前的企业，创新营销赢得未来！
- 4、市场在变，客户在变，需求也在变，我们唯一能做的就是不断设法寻

---

找和满足客户的新需求，与客户建立长期有效的协同关系！

5、营销是企业的命门所在，企业除了销售其他的都是可以算作成本，营销创新能从根本上解决销售难做的困境！

6、中国正在快速发展成为创新型国家，企业要想在未来的黄金十年不被淘汰，唯有时效创新！

7、商界从来没有一个单打独斗的英雄，只有善于联合的智者不断创在这1+1大于111的神话！

8、做企业一定要学会创新思考，预知未来，并且要善于创新与设计未来！

9、未来10年，要么创新，要么淘汰！竞争有时候就是这么任性！

10、优质资源总是会在第一时间被创新者掠夺，谁先创新，谁就抢占了先机！