
企业战略营销

【课程名称】：《企业战略营销》

【企业营销理念】：

- 1、模式定胜负
- 2、产品是品牌的基础
- 3、人是企业发展的核心（员工、合作商、顾客）

【课程收益】：

- 1、了解消费者需求
- 2、价值决定价格
- 3、让你的产品会说话

【课程对象】：

企业总裁、总经理、市场部经理

【课程时间】：

2天

【课程大纲】

第一章 企业战略营销模式

壹、 营销的范围

- 1、 市场营销研究的对象
- 2、 中国市场营销演进的几个阶段

贰、 企业营销的6个核心理念

- 1、 目标市场细分
- 2、 需求
- 3、 价值
- 4、 定价
- 5、 渠道
- 6、 营销组合

参、 企业生长5个元素

- 1、 客户
- 2、 产品与品牌
- 3、 人
- 4、 能调动的资源
- 5、 环境

第三章 产品与品牌

- 一、 互联时代的品牌记忆成本
 - 1、 互联时代的品牌“爆炸”与消亡
 - 2、 品牌难题是解决记忆问题
 - 3、 品牌规划就是要找到记忆“焦点”
- 二、 产品、品牌、消费者
 - 1、 互联时代的商标与品牌
 - 2、 产品、品类与品牌
 - 3、 产品品牌化是发展趋势，要解决传承性
- 三、 同质化与品牌消亡
 - 1、 传统思维让竞争陷入同质化
 - 2、 品牌差异化需要壁垒保护
- 四、 互联时代消费者心理模式
 - 1、 消费者五大心理模式
 - 2、 消费者心理把控
 - 3、 如何运用消费者心理做好产品品牌营销

第三章 让您的产品会说话

- 一、 让您的产品会说话——品牌人格化
 - 1、 一种全新的模式——品牌 DNA
 - 2、 DNA 具有“承传性”，可让品牌标准化、简单化
 - 3、 品牌名称是广告（要有 DNA，要能承传）
 - 4、 品牌口号是销量的驱动器
 - 5、 品牌视觉 DNA 能解决辨识度（度高聚焦）
 - 6、 全方位聚焦，调动消费者对品牌的记忆
- 二、 案例分析
 - 1、 案例
 - 3、 提出解决方案（要具有可操作性）

第三章 互联网时代品牌传播（非硬广传播）

- 一、互联时代的传播特点
- 二、如何让别人为你传播
- 三、传播需要策略
- 四、学会借势传播
- 五、整合营销传播（引爆）
- 八、危机公关中的传播