



市场品牌建设策略与方法

课程目的

了解和掌握市场品牌建设方法与要点。

课程大纲

时长：2天

1、市场品牌建设工作

- 1) 品牌推广的意义与策略
- 2) 案例：中企在品牌建设的教训
- 3) 案例：华为 1-3-1-6 品牌建设工作体系
- 4) 研讨：我方的工作切入点

2、公司在全球的品牌建设方法与案例

- 1) 精心准备，参加展览会。
案例：2000年国际通讯展会上的三星与华为对比
案例：为什么不能追捧“春晚”般的行业展会
研讨：如何准备下一场高质量的参展工作
- 2) 媒体广告和刊登高质量软文。
案例：如何培养专业软文写作的高手
- 3) 和客户联合组织专业活动。
- 4) 举办技术汇报会、技术交流会。
- 5) 建立完整的客户档案，定时给客户发送公司宣传资料。
- 6) 邀请客户到公司考察。
案例：“新丝绸之路”战略
- 7) 开设工程或服务的试验工程。
- 8) 先期赠送培训名额，开展针对客户的短期专业培训。
案例：培养同盟者，从年轻人抓起。
- 9) 客户拜访，尤其是中方员工主导的高质量拜访。
- 10) 通过公共活动，在社区打造我司品牌形象
- 11) 基于（移动）互联网媒体的品牌建设和营销
 - A. 全球电商的现状与发展趋势
 - B. 案例分析：企业B2B电商的策略和方法
 - C. 对其他地区的电商策略建议
 - D. 问题研讨

3、市场品牌维护与同行竞争的问题

- 1) 案例：从华为在印度市场的品牌战遭遇谈起
- 2) 善用品牌定位的武器提升自己，防御对手
 - A. 公司品牌形象与定位概述
 - B. 维护与提升我方品牌形象与定位的方法
 - C. 削弱对手品牌形象的策略与反制措施
 - D. 我不是一个人在战斗：品牌建设的同盟者

	E. 恪守商业道德底线的意义
--	----------------