



《数字化品牌营销创新与落地实 践》

讲师：史杰松博士

■课程背景：

你正在为你的产品销量上不去而犯愁吗?你正在为找不到问题所在而苦恼?这个世界上根本没有难买的东西。为什么这么说?要知道鞋很普通，但讲一双鞋卖成“耐克”就不普通;批发市场很普通，但将批发市场搞成“沃尔玛”就不普通;水没有什么神奇的，但将这杯水卖成“可口可乐”就很神奇;网站多如牛毛，但将网站弄成“阿里巴巴”就成了凤毛麟角。这些成功背后一定有一种思维，一种被少数人掌握的思维——品牌的两极法则：高度和角度。做餐饮连锁的也是一样，为什么被称为垃圾食品的麦当劳、肯德基卖的那么红火?是因为其具有巨大的品牌价值。靠产品价格去卖，价格往往卖不高，而通过品牌价值去卖，价格却能卖得很好，这就是品牌塑造的重要性。本门课程将通过从本质上的品牌的重新塑造，让你的产品脱胎换骨，从在让你的销售变得更容易，这就是品牌营销的魅力。——解决品牌定位问题

数字化思维下的品牌推广策略：有一句话叫做：这世上唯一不变的只有变。随着移动数字化时代的到来，不少企业的经营思维开始转变，我们也可以看到 BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）正以迅雷不及掩耳之势进行着跨界经营，他们利用数字化平台思维触及了通讯业、零售业、地产业、金融业、传媒业、餐饮业，甚至是打的这样一个小小的生活习惯。这说明数字化时代它有它的营销思维，如果在这样一个时代下你的企业还不愿意学习，那么你可能成为下一个诺基亚、下一个柯达。同时，我们说数字化思维下的营销是什么?他和传统的广告区别在于

可以实现“零成本的营销”和“精准化的营销”，通过数字化思维，不但可以节省企业运营成本，也可以让我们的营销变得更加的精准化和扩散化。——解决品牌推广问题

■课程收获：

通过理论与实践案例相结合的方式，帮助学员掌握核心数字化思维及传统企业转型关键运作要点，通过数字化手段低成本制胜市场，实现企业的战略突围，构筑数字时代的企业的核心竞争能力。

- 掌握数字化产品的三大定位;
- 学会系统地进行品牌包装策划推广;
- 学习品牌建设的基本操作方法

教学过程中运用大量生动且具有实战意义的案例，将对你的思维带来新的冲击和启发，讲师语言生动幽默，多次达到“全场无尿点”的效果。

■课程时间：

1天,6小时/天

■课程对象：

企业中高层管理者/品牌策划人/营销人员

■课程方式：

工具讲解、小组讨论、实战练习、案例分析等

■课程大纲：

第一章：数字化品牌的基本理念

一、什么是品牌

例：如何挑选方便面

二、品牌的三个特点

- 1.品牌就是让消费者的选择变得简单
- 2.品牌是消费者脑海中一瞬间的联想
- 3.品牌最高境界是无理由的精神信仰

第二章：定位锚——告诉消费者你的卖点是什么

一、什么是定位

- 1.定位就是同类产品要卖出不同来

例：可口与百事

- 2.定位让人记得住的一定是单一特色

例：海尔与格力

例：三星与苹果

3.定位就是告诉消费者我的品牌即品类

例：万达广场、苹果手机、肯德基、百度、席梦思床垫

二、如何做好数字化品牌定位

1.功能

2.情感

例：T恤衫如何增值

例：路虎、宝马、奔驰如何定位

例：ROSEONLY

例：褚橙

例：印象舌尖的自行车销售方案

3.附属

例：微信的奥秘

例：水手码头的定位

例：大花小花小小花

例：光大银行的冬奥会邮票销售方案

第三章：视觉锤——展示你产品让人印象深刻的个性化要素

一、视觉锤的意义

1.占领消费者的心智资源

2.加深消费者对品牌印象

3.增加品牌的外延触角

二、构建视觉锤的六大要素

1.形状

2.颜色

3.符号

4.包装

5.形象

6.故事

第四章：语言钉——讲出一句让人心动的广告语

一、语言钉的三大条件

- 1.和调性——符合产品特性
- 2.接地气——让屌丝也能听得懂
- 3.耍花腔——有语言上的小花招

二、语言钉的六种类型

1.直接型

例：喜之郎、中国人寿、哈根达斯、万达广场、欧莱雅、脑白金

2.态度型

例：特仑苏、红牛、百事可乐、耐克、阿迪达斯、李宁

3.功能型

例：王老吉、真功夫、娃哈哈、京东、汰渍、汇源肾宝

4.体验型

例：老坛、雪碧、宝马、德芙、农夫山泉、雀巢咖啡

5.未来型

例：联想、联通、凌志、福特

6.情怀型

例：人头马、褚橙、英菲尼迪、苹果、小米、锤子

第五章：场景布——通过场景做好品牌营销

一、前提：挖掘消费者内心真实的想法

1.需要 (need)

2.想要 (want)

例：交运校车策划案

二、方法：三维场景营销法

1.共感（画面情境）

2.共振（情感情绪）

3.共鸣（观点话语）

例：世博林橄榄油

例：爆米花

例：岭南香米

第六章：信任状——设计一款高逼格的海报

一、设计海报的注意点

1.准——海报要围绕产品的诉求

2.专——一个海报表现一个主题

3.简——海报语言重点要突出

4.新——海报设计要有创意

二、商业海报的类型

1.产品型海报

2.活动型海报

例：黄太吉的海报

3.招聘型海报

例：黄太吉、渤海银行招聘海报

4.情怀型海报

例：红米手机、坚果手机、锤子手机、水手码头、圣米诺硅藻泥、加多宝