
《企业形象与服务品牌塑造与推广》

一、培训目标：

1. 通过本课程的学习，了解服务型企业服务企业形象、公司品牌推广的重要性
2. 了解公司品牌宣传的塑造与传播学的基本理念；
3. 学习掌握公司服务品牌的规划、策划、包装、推广、宣传的实战方法/技巧和操作模板；
4. 学习掌握如何应用服务口碑传播模式，积极主动正向推广企业形象，获得公司的社会美誉度；
5. 学习掌握公司正向宣传与业务推广、服务营销推广的整合传播方法与实战技巧；

二、培训对象：

1. 公司宣传口负责人：公司品牌、党群、市场等负责人
2. 企业品牌宣传、品牌管理、市场推广、营销策划等高级专业管理人员
3. 市场策划与推广/销售专业人员
4. 企业公共关系、客户投诉处理、产品推广、销售人员、服务人员
5. 公司文化经理、文化干事；

三、课程特色与培训方式

1. 企业形象、公司形象、公司品牌基础理念与服务行业市场分析相结合
2. 著名企业品牌塑造的经典案例分析
3. 企业形象、品牌推广与营销策划的实战模板和应用方法
4. 案例分析、研讨式培训模式

四、培训时间：2.0 课时

五、内容提纲与培训要点

第一单元：公司宣传理念篇：

1、企业形象与宣传推广

- 1-1. 服务型企业企业形象与品牌构成关键要素
 - 1-2. 服务型企业的形象传播模式与公众美誉度
 - 1-3. 服务型企业的企业形象与公司品牌塑造与推广方法
 - 1-4. 典型企业形象与品牌传播案例分享
 - OITS 电梯公司的卓越服务宣传推广模式
 - 招商银行的形象与品牌宣传推广模式
 - 联想集团的企业形象与品牌宣传推广模式
-

2. 企业形象与品牌宣传创意与策划实战方法

2-1. 公司年度宣传主线如何策划

2.2、 品牌推广组合策划

2.3、 经典案例分析：

--案例 1：中国招商银行的 企业形象与数字服务品牌推广

--案例 2：《国电集团 2008 年暴风雪事件中品牌塑造与策划》

--案例 3：《日本福岛核辐射三一集团赠送泵车宣传》

第二单元：品牌推广实战技能篇

1. 品牌宣传策划与实施

1-1. 什么是品牌宣传？

1-2. 品牌宣传的要点

1-3. 经典案例 1：《2006 年北京京广桥事件中北京移动短信品牌推广》

经典案例 2：《奥运福建 XX 休闲服务企业的北京市民品牌推广》

2、 公司宣传软文与公司形象推广

2-1、 什么是宣传软文？

2.2、 什么事情、什么内容可以用软文宣传？

2.3、 企业形象宣传软文策划与撰写要点

2.4、 公司宣传软文与媒体和记者沟通技巧

2.5、 公司软文宣传策划模板

2.6、 公司软文宣传流程

3、 企业形象与营销广告整合策划

2-1. 什么是广告？广告分类？

2-2、 公司业务推广广告与公司形象宣传的融合点

2-3、 公司营销广告与宣传的整合

2-4. 经典案例分析 1：广东电信“商务通讯”广告策划案

经典案例分析 2：《北京招商银行 xx 营业厅客户服务的故事》

2-5. 《广告策划模板》应用方法

2-6. 《广告实施流程与规范》

4、 企业形象与品牌活动的整合

4-1. 什么是品牌推广活动？

4-2. 品牌推广活动的特点与要素？

4-3 . 经典案例分析

--案例 1 : 《百度企业文化推广活动策划》

--案例 2 : 《联想创新大会策划》

4-5 . 《品牌推广活动策划模板》应用方法

4-6 . 《品牌推广活动实施流程与规范》

5 . 事件营销的策划与实施

5-1 . 如何判断有效事件

5-2 . 如何有效假借事件营销

5-3 . 经典案例分析交流 :

--案例 1 : 《北京移动的事件品牌推广》

--案例 2 : 《2008 年初南方暴风雪 XX 湖南机械厂的事件品牌推广》

--案例 3 : 统一润滑油借伊拉克战争曝光

6 . 网络六媒体的推广策划与实施

6-1 . 流媒体载体种类与传播特质

6-3、网络媒体的公司形象传播载体与平台

--微薄与博客

--社区

--交通公司的汽车 LCD 视频

--电视台生活类节目

--户外大型 LED 视频

6-3 . 经典案例分析交流 :

--案例 1 : 可爱的移动 1860 女孩

--案例 2 : 汉王的客户形象网络推广

--案例 3 : 贾君鹏, 你妈妈叫你回家吃饭的背后策划

第三单元 : 品牌塑造与客户关系管理

1 . 客户生命周期与品牌塑造

2 . 客户的服务口碑传播模式

3 . 文化与知识营销

4 . 资源整合与异业联盟

5 . VIP 俱乐部与客户联盟

6、实战案例分析 :

--中国移动的高端客户 VIP 俱乐部活动策划；

--联想行业协会的高端客户管理平台

--郑州新区农行的 VIP 客户商务学院
