

【王子璐课程名称】 品牌建设与营销的创新型战略

关键词：品牌建设/品牌营销

【王子璐课程特色】

**1、逻辑缜密：**王子璐老师的课程是 100%原创课程，思维逻辑设计非常缜密。通过阅读课纲和比较，您一定能发现，王子璐老师的课纲和市面上某些，用热点和碎片化的话题东拼西凑的课纲截然不同。

**2、案例丰富：**根据王子璐老师授课的经验发现，案例是教学中最受学员欢迎和提升学员兴趣点的方法。王子璐老师的课程每一个观点都必定有案例佐证，且使用案例 90%为 3 年内的最新案例，70%为王子璐老师亲自参与的咨询案例，两天版课程平均达到近百个案例。

**3、练习实战：**培训最怕听得激动，无法行动。王子璐老师的课程中每个篇章都有让学员课程实操的练习。考虑到企业特色不同，行业不同，王子璐老师课程的课堂练习可以根据企业特点进行定制，既有针对 B 端企业的练习，又有针对 C 端企业的练习。大量的学员互动与现场演练，让学员全程高能，无睡点，无尿点。

**4、理论夯实：**学习的知识能否落地的关键，就是这些知识有没有夯实的理论背景支持。没有理论背景支持的知识，只不过是培训师的经验之谈，换一家企业换一个行业就落空了欧洲著名商学院 MBA 毕业的王子璐，课程设计的每一个章节的背后都有 N 个经典的理论支撑。培训师的最高境界，就是能把很多人看似枯燥的理论，讲得和故事一样精彩。

【王子璐课程目录】

第一章：品牌的作用

第二章：品牌的定位

第三章：品牌的建设

第四章：品牌的推广

【王子璐课程大纲】

**第一章：品牌的作用**

- 一、为何要学习品牌营销
- 二、何为品牌
- 三、品牌营销的作用
- 四、品牌被感知的五种呈现形式
- 五、品牌营销的三大商业价值逻辑

**第二章：品牌的定位**

- 一、定位的本质认知
- 二、品类定位的原则
  - 1、数一数二理论的建立
  - 2、数一数二理论的案例分享
  - 3、数一数二理论的难点分析
- 三、用户定位原则
  - 1、长尾理论的建立
  - 2、长尾理论的案例分享
  - 3、长尾理论的实操指南
- 四、价值定位的原则

- 1、少即是多理论的建立
- 2、少即是多理论的案例分享
- 3、少即是多理论的实操指南
- 五、案例总结品牌定位的三大原则

### **第三章：品牌的建设**

#### 一、品牌展示层建设

- 1、品牌名称的展示策略
- 2、品牌 LOGO 的展示策略
- 3、品牌 SLOGAN 的展示策略

#### 二、品牌延伸层建设

- 1、品牌添加
- 2、品牌裁剪
- 3、品牌转化
- 4、品牌拆分
- 5、品牌组合

#### 三、品牌情绪层建设

- 1、建立满足用户“情绪需求”的两大方法
- 2、案例分析：如何通过产品/服务满足用户的“情绪需求”

#### 四、品牌社交层建设

- 1、建立满足用户“社交需求”的方法
- 2、案例分析：如何通过产品/服务满足用户的“社交需求”

#### 五、品牌文化层建设

- 1、介绍 IP 的价值
- 2、介绍品牌的故事

#### 六、总结：品牌建设与消费者粘性的关系

### **第四章：品牌的推广**

#### 一、品牌推广渠道的演变

#### 二、不同推广渠道的作用

#### 三、认知渠道的分析

- 1、认知渠道达到的营销作用
- 2、认知渠道的应用案例分享
- 3、认知渠道的常用方法总结
- 4、认知渠道的常用线上线下平台介绍

#### 二、口碑渠道

- 1、口碑渠道达到的营销作用
- 2、口碑渠道的应用案例分享
- 3、口碑渠道的常用方法总结
- 4、口碑渠道的常用线上线下平台介绍

#### 三、体验渠道

- 1、体验渠道达到的营销作用
- 2、体验渠道的应用案例分享
- 3、体验渠道的常用方法总结

4、体验渠道的常用线上线下平台介绍

#### 四、裂变渠道

1、裂变渠道达到的营销作用

2、裂变渠道的应用案例分享

3、裂变渠道的常用方法总结

4、裂变渠道的常用线上线下平台介绍