

D005 工业品 B2B 品牌战略管理与品牌资产管理 (1-2 天)

(1-2 天)



主讲：张长江

课程背景

本课程专门针对在 B2B 企业中从事品牌与市场管理工作的人员设置，旨在全面提升品牌与市场管理人员的品牌战略管理水平和品牌资产管理能力。

通过对本课程的学习，学员可以掌握以下关于工业品（B2B）品牌战略管理和品牌资产管理的技能：

- 1、品牌战略规划的九个要素及规划流程；
- 2、品牌管理组织设计的原则；
- 3、单一品牌与多品牌管理组织的典型模式；
- 4、品牌绩效考核指标的设置；
- 5、品牌资产管理的技能，包括 1) 品牌审计 2) 品牌化决策 3) 品牌重塑 4) 品牌危机管理
- 5) 无形资产的管理 6) 品牌价值评估；

课程特色

- 针对性强。本课程为 B2B 行业量身定制，培训师具有十五年 B2B 行业的一线销售与营销管理经验，培训紧密贴合行业特质，针对性强。
- 实战性强。课程以大量的实战案例展开讨论，结合实际工作中学员经常遇到的问题讲解破题的方法，很多实战的技巧和策略拿过来就可以用，实战性强。
- 系统性强。课程体系严谨，结构清晰，理论与实战相得益彰，使学员能够系统化的掌握课程的理论框架，并能结合工作中的实际情况加以灵活运用。

授课方式

- 授课形式包括：启发式讲授、互动式教学、小组讨论、案例分析、角色扮演、观看视频、性格测验等多种生动的培训方式，最终达到最佳的授课效果。

课程大纲

第一单元 品牌战略与品牌战略的意义

- AMA 对于品牌的定义
- 品牌战略的定义
- 品牌战略的本质：品牌驱动的经营战略
- 品牌战略管理初阶：经营导向
- 品牌战略管理中阶：品牌服务于经营战略
- 品牌战略管理高阶：品牌战略替代经营战略
- 案例：IBM 如何依靠品牌战略重生
- 案例：英特尔如何依靠品牌战略重生
- 关于品牌战略管理工作中的一些流行观念

第二单元 品牌战略规划的要素和流程

- 品牌战略规划的九个要素
- 差异化是品牌的第一属性
- 案例：东风雪铁龙产品品牌战略
- 案例：福田汽车-欧曼重卡的产品品牌战略
- 品牌愿景-我们想到达哪里？
- 品牌愿景的提炼方法
- 品牌使命-我们要做什么
- 品牌使命与品牌愿景的区别
- 品牌的核心价值
- 案例：宏碁电脑的品牌核心价值：I Care
- 案例：卡特彼勒的品牌核心价值
- 品牌核心价值内部导入的过程：BUY-IN
- 案例：沃达丰品牌 BUY-IN 案例
- 品牌定位：企业品牌定位与产品品牌定位
- 品牌调性：品牌核心价值的拟人化表现

- 案例：联想的品牌调性表达
- 品牌传播精髓（slogan）
- 品牌形象的要素：BIS 品牌识别系统
- LOGO 设计的原则
- VI 视觉识别的一致性设计：基础系统和应用系统
- 案例：全球物流品牌 DHL（敦豪）的视觉识别系统
- 案例：壳牌的视觉识别系统
- 设计风格识别：美国福禄克的设计风格
- 案例：中粮如何重塑品牌形象
- IMC 整合营销传播的精髓：一个声音
- 成功品牌的战略传播视野
- 整合营销传播的工具-context 语境品牌工具
- 品牌构架设计与品牌金字塔
- 工业品复杂的品牌构架示例—PPG 工业
- 工业品复杂的品牌构架示例—壳牌润滑油

第三单元 品牌管理组织的规划

- 不同品牌成熟度的品牌管理组织
- 单一品牌和多品牌管理组织
- 品牌战略管理委员会的主要职责
- 人才的招聘与选拔
- 建立品牌驱动的流程与绩效考核管理
- 品牌绩效考核指标设置
- 品牌市场表现监测及相关考核数据获取
- 品牌战略实施的过程
- 案例：深航内部运营提升计划

第四单元 品牌资产管理与价值管理

- 品牌管理的三项工作
- 品牌资产理论的起源

- 基于财务视角的品牌资产定义
- 基于顾客的品牌资产定义
- Kevin Lane Keller 的 CBBE-基于顾客的品牌资产模型
- 基于市场视角的品牌资产定义
- 大卫·艾克 (David Aaker) 的五星品牌资产管理模型
- 品牌知名度、品牌认知度、品牌忠诚度、品牌联想度与品牌专有资产
- 品牌管理是终身事业
- 品牌成熟度模型
- 品牌资产管理的六项主要工作
 - 1) 品牌审计
 - 2) 品牌化决策
 - 3) 品牌重塑
 - 4) 品牌危机管理
 - 5) 无形资产管理
 - 6) 品牌价值评估
- 品牌资产评估 (Brand Equity Evaluation)
- 评估品牌资产价值的意义
- 三种权威的品牌资产评估模型
- Young&Rubicam 杨·罗比凯公司的品牌资产评估方法
- 大卫·艾克 (David Aaker) 的品牌资产衡量方法 (十要素法)
- Interbrand 的品牌评价方法
- Interbrand 的品牌评价方法的实施方法
- 品牌资产审计的三种模式
- 品牌资产审计与品牌战略的关系
- 品牌资产审计的步骤
- 案例：美的集团品牌资产评估的步骤
- 案例：美的品牌品牌评估体系各指标权重
- “品牌-品牌组合”、“品牌-产品”、“产品-产品”组合决策
- 品牌危机处理：如何化“危”为“机”？
- 品牌危机的四个特征

- 品牌危机处理的 5S 原则
- 案例：美国强生泰诺危机公关案例
- 饿了吗危机公关案例
- 建立品牌危机管理的长效机制
- 品牌老化的定义
- 品牌老化的三个诱因
- 品牌激活的两种途径