

# 品牌管理与品牌运营

## 课程目标:

了解品牌塑造的关键要素和品牌管理的相关工具,学习如何利用低成本打造优势品牌,并深刻掌握品牌塑造过程中的关键节点,确保品牌建设过程中的科学化和标准化,在区域内做好品牌的一致性传播,打造强势的品牌形象.

## 课程时间:两天

## 课程大纲:

掉渣儿烧饼为什么昙花一现??

神奇啤酒会不会消失??

品牌对品牌持有者的作用:

营销大师科特勒谈品牌

品牌的涵义与作用

案例分析:NOKIA的发展与芬兰

案例分析:青岛海尔的品牌文化复制

品牌资产的五大要素

案例分析:Intel的广告宣传计划

利基品牌与基地品牌

案例分析:牛板筋如何成为利基品牌

案例分析:日化行业的基地品牌

品牌忠诚度的来源与建立

视频案例:哈雷机车如何赢得忠诚的客户

如何提升品牌的认知质量

案例分析:宝洁公司“海飞丝”的研发过程

品牌识别系统的建立

案例分析:麦当劳的品牌识别系统建设

如何通过组织联想提升品牌价值

如何塑造品牌个性

打造品牌的五大流程

品牌塑造的前提:建立品牌的核心价值

案例分析:ZARA的快速崛起

品牌塑造的基础:品牌定位

案例分析:百威啤酒的定位选择

品牌定位的四大原则

案例分析:国内重工行业的品牌定位研究

几种常见的差异化定位的方式

案例分析:VOLVO的定位方式

案例分析:中国联通CDMA的陨落

如何寻找品牌定位的差异化

案例分析:农夫山泉的定位方法与经验

特劳特最重要的六条定位法则

案例分析:五谷道场方便面

品牌识别系统之作为产品的品牌

案例分析:力帆汽车会成功吗?

如何进行准确的品牌使用者描述  
案例分析：白加黑感冒片的成功之道  
如何进行品牌产地属性的修改  
案例分析：腾中重工如何驾驭“悍马”？  
案例分析：欧典地板事件  
品牌识别系统之作为组织的品牌  
案例分析：从“杜邦特富龙”事件学习经验  
品牌识别系统之作为个人的品牌  
案例分析：米其林的品牌传播对重工行业的借鉴意义  
品牌识别系统之作为符号的品牌  
品牌命名法则  
案例分析：五粮液的得名  
案例分析：金利来的更名故事  
战略性的品牌分析  
案例分析：XX 摩托车的产品系列分析  
如何进行品牌的整合传播  
品牌传播三原则  
案例分析：红罐“王老吉”的品牌整合传播  
品牌定位与一致性的实施改进  
品牌系统的角色介绍  
案例分析：可口可乐与美汁源  
品牌延伸与多品牌战略  
案例分析：海尔战略与科龙战略  
担保品牌在品牌产品线延伸上的运用  
如何创造品牌的相关性、差异化和活力  
如何进行有效的品牌联合  
如何充分利用品牌资产



该课程被多家企业营销人士评论为“实用性、系统性、趣味性俱佳”的特色课程！