

《致胜的力量之品牌创新》

学习目的：

在当今竞争激烈的市场中，中小企业要想获得持续性的胜出，必须依靠创新的竞争方式而不是仅仅靠价格战来拓展市场。但往往在由于企业缺少各类资源，尤其是品牌价值，其结果是很多企业处于利润提升的瓶颈，老板个人身心疲惫；

为解决当下很多企业的经营困境，大幅度提升企业的利润，通过本课程品牌建设的剖析旨在让企业走出单一价格战、渠道战的困境，使企业轻松获得高额且持久的利润，不论各行各业皆能起到执行落地，立竿见影的效果，从而迅速提升企业效益，达成公司的战略目标。

重要收获：掌握品牌建设设计的原则、思路，正确建立品牌建设的内容、步骤。用科学的工具建立本企业的品牌；通过优秀品牌管理企业的解读、简便实用的模式分析工具剖析及现场的训练，帮助您迅速掌握本企业品牌建设精髓。

适合对象：董事长、股东、总裁、总经理、执行副总、运营总监等高管

培训方式：教授演讲、互动分析、问题讨论、工具应用和实战案例分析、现场训练相结合

授课风格：风格实战、幽默、深入浅出，生动而富有激情，与学员互动性强，案例丰富，贴合学员的实际情况，采用“大白菜语言”来讲解深奥的管理知识，且擅长理念沟通、心态剖析，情景掌控，使授课内容深入浅出、风趣幽默，极具感染力与冲击力；

课程时长：一天

课程大纲：

一、前言：中国企业当下面临的问题

- 1、中国企业经营之殇；
- 2、中国企业的未来；
- 3、我们对品牌认知的四大误区；
- 4、案例分析：武汉佳和时代服饰“零成本”创建细分市场品牌之路；

二、品牌创新之品牌定位

- 1、企业品牌定位存在的问题一；
- 2、品牌核心价值打造核心——品牌定位；
- 3、品牌定位的精髓；
- 4、案例解析：有间厨房对标美团之品牌再定位；
- 5、当下品牌定位面临的重大问题；
- 6、案例分析：郑州杜师傅“鱼锅”硬钢海底捞的底气何在？
- 7、品牌定位的法则；
- 8、案例分析：“江心源”江蟹 PK“阳澄湖”大闸蟹武器；
- 9、品牌定位的总结；

三、品牌创新之品牌价值

- 1、企业品牌价值存在的问题；
- 2、品牌价值的法则；
- 3、案例解析：脑白金的品牌价值到底是什么？
- 4、品牌价值不为认知的秘密；
- 5、品牌价值的最高境界；
- 6、客户“心智”构建常见的三大错误；
- 7、客户心智的关键；
- 8、案例解析：农夫山泉真的比别的水更甜吗？
- 9、结论：品牌价值的未来；

四、品牌创新之品牌话术

- 1、企业品牌话术存在的问题；
- 2、品牌话术的四大原则；
- 3、品牌话术的六大类型；
 - 1) 情感共鸣型解析；
 - 2) 吃定心丸型解析；
 - 3) 安全感型解析；
 - 4) 抢占头部型解析；
 - 5) 主打情怀型解析；
 - 6) 有情调型解析；

五、品牌创新之品牌传播

- 1、品牌传播存在的问题
- 2、品牌传播的法则；
- 3、案例解析：联通布友如何快速构建有效方式品牌传播；
- 4、品牌传播的终极之路；
- 5、中国企业家做品牌的故事；
- 6、案例解析：“老碗会”餐饮连锁公司品牌故事的核心；
- 7、品牌传播不为认知的三个秘密；

六、课程总结