

《餐饮品牌营销管理》

【培训课时】	12 课时	【培训师】	孙老师	2 天
【课程介绍】	本课程旨在透过品牌表象的光环，还原营销的真相。通过探寻品牌营销的核心内容，全面揭示品牌营销运营中的规律和轨迹。以全新的视角阐述了传统营销及网络营销在对于品牌建设过程的重要作用与方法，帮助成长型企业以独特视野审视自身品牌营销之路，寻求到针对自身状况，更为实效的品牌营销策略、推广实施技巧与营销项目管理，助力企业运筹帷幄，决胜千里！			
【课程对象】	餐饮企业中高层管理层人员、市场销售部全体人员			
【授课方式】	实例列举、情景模拟、案例分析、小组讨论、故事游戏、互动分享、视频观看、激励音乐			
【课程特色】	系统专业：十一年餐饮经营管理经验总结与积累，非行业外“空降兵”。 品质高端：八年总裁班培训经验，课程内容前沿高端，非普通培训层次。 深层互动：课堂氛围激情生动，互动紧绕课程主题内容，非哗众取宠。 易懂易用：案例剖析，讲解深入浅出，方法简单实用，非业外案例方法，好听不实用。 效果承诺：解决实际问题为导向，结合现场训练，配赠课程送转化资料，非一次性服务。			
【课程收益】	品牌营销策略设计，情景模式助实施落地 从传统营销及网络营销两方面，深入分析品牌传播的方法 提升顾客对企业整体形象以及产品和服务的价值认知 掌握餐饮企业品牌建设与价值塑造 掌握建立良好的客群关系 精彩的案例分享与点评，由浅入深，直指核心。			
【内容大纲】	第一章 餐饮品牌营销基础要点 一、品牌营销基础认知 1、品牌营销的策划基础			

- 1)调研就是找到“瓶颈点”
- 2)诊断就是明确“突破点”
- 3)分析和思考就是构思“创意点”
- 4)归纳和判断就是确定“定位点”
- 5)最后就是策划“赢利点”

2、品牌营销的流程

3、品牌营销的推行步骤

二、餐饮品牌营销应遵循的 4 大特点

- 1、餐饮产品的无形性特点
- 2、餐饮产品的生产特点
- 3、餐饮产品的服务特点
- 4、餐饮产品的销售特点

第二章 餐饮品牌营销策略分析

一、餐饮品牌营销策略分析

- 1、业态走向 4 大分析
- 2、经营项目创新策略分析
- 3、竞争环境竞争策略分析
- 4、消费行为迎合策略分析
- 5、经济环境适应策略分析
- 6、传媒渠道建立策略分析

二、餐饮业 6 大发展趋势分析

- 1、餐饮个性化发展趋势分析
- 2、餐饮融合化发展趋势分析
- 3、餐饮联盟化发展趋势分析
- 4、餐饮生态化发展趋势分析
- 5、餐饮移动化发展趋势分析
- 6、餐饮智慧化发展趋势分析

第三章 餐饮品牌营销组合设计

一、独特优势——产品创新设计

- 1、产品创新策略策划
- 2、产品卖点塑造策划
- 3、产品体系创新策划
- 4、新产品开发策划

二、疏通管道——渠道整合设计

- 1、建立营销渠道的途径
- 2、营销渠道整合
- 3、营销渠道维护

三、主流营销方式的创新

- 1、餐饮品牌影响力宣传策划创新技巧
- 2、“巧立名目”的主题营销创新技巧
- 3、网络微信营销创新技巧
- 4、体验互动营销创新技巧
- 5、打开顾客心扉的心理营销创新技巧

第四章 餐饮品牌营销整合传播方法

一、餐饮品牌传播模式——炒作

二、餐饮品牌传播模式——借力推广

三、餐饮品牌传播模式——合作联盟

合作类别、垂直联盟、水平联盟

四、餐饮品牌传播模式——公共关系

让媒体免费为你打前锋

五、餐饮品牌传播模式——事件营销

六、餐饮品牌传播模式——环境营销

七、餐饮品牌传播模式——服务营销

A、先服务后促销；B、店内现场推销方法；C、全员推销

八、餐饮品牌传播模式——知识信息营销

九、餐饮品牌传播模式——时尚营销

【备注】

本课纲内容将在课堂现场根据学员反馈信息对本主题课件内容作适当调整；

企业客户需提供多媒体培训设备：投影、音响、话筒、白板等；

企业客户需进行讲台背景布置与培训主题条幅布置；

企业客户、机构不得在课堂现场录像和录音。

本课程大纲为孙老师老师知识著作产权，未经授权与许可，翻录转载必究。