

互联网品牌塑造实战落地

【课程背景】

互联网带来了思维的改变。以前媒体上的话都是权威；互联网时代开始，品牌跟消费者有限互动；Web 2.0 时代，博客与论坛让普通人可以发声；Web 3.0 开创了社会化媒体时代，也是社会化营销时代的消费者和品牌都是内容创造者。

传统的营销，是品牌单向到达消费者。社会化营销，是让消费者通过购买、体验产生口碑，让其成为传播者。品牌社会化营销具有四个指导性原则：亲近拥有，借势创新，让消费者的口碑去影响他人。

互联网品牌总是能在品牌红海中脱颖而出？创立仅 2 年的 ofo，凭借「黄」IP，能和小黄人一起火遍全城；OPPO 依靠“充电 5 分钟、通话 2 小时”等系列品牌营销活动，成为最受年轻人喜爱的手机品牌！

你看了无数经典案例和理论，到实战却一头雾水，没有清晰的品牌思路，更无法指导自身品牌工作？无数品牌人已经意识到系统品牌知识和品牌营销思维的重要性，你到底打算什么时候，来刷新你的品牌营销思维？！苹果、杜蕾斯、奔驰、roseonly 等知名品牌都在用的那些品牌策略和工具，你学会了吗？！

2022 年的双 11 全网累积销售额突破 11154 亿的目标，阿里巴巴集团和京东集团在美国和香港上市的红利，字节跳动抖音免费全程直播世界杯赛事，标志着电商已发展到 2.0 时代，无论您做与不做，互联网电商的渠道革命已经来临！互联网时代品牌建设与实施，你需要的是系统升级品牌营销，熟练运用创新营销工具来实现实战技能！

【课程对象】

企业董事长、总裁、总经理、部门总监、电商部门人员、营销系统人员

【课程时长】

2 天（12 小时）

【课程收益】

- 抽丝剥茧，把握互联网品牌打造战略发展的脉搏，解析品牌塑造的本质与规律
- 解剖互联网思维 4C 法则，以行业属性为基础设计品牌盈利基因
- 通过互联网行业全面品牌 4 分法方法论与惯用法则，帮助企业量身定位落地
- 内炼心法，修炼品牌塑造内功，掌握互联网品牌命名 6 大营销运营核心，独步江湖

- 博采众长，借鉴数家互联网品牌企业成功案例，学而师习之
- 全局在胸，制定品牌规划，搭上 E 时代方舟
- 组建高凝聚力的营销战队，亮剑于互联网品牌营销
- 精准营销，提高投资回报率（ROI），降低企业营销成本
- 创新渠道，用互联网创造全新的盈利模式
- 帮助企业完成线上线下相结合的品牌营销达尔文式进化。

附件与工具：

多达数十家品牌成功打造案例：亚马逊，三只松鼠，特斯拉，UBER 等

【课程大纲】

第一部、品牌塑造定位篇：黄金 4C 法则助力企业品牌塑造成功

- 互联网+第一式：用户思维 【Consumer+陌陌 体验至上案例】
法则 1：粉丝兜售参与感
- 互联网+第二式：便利思维 【Convenience+运营商 0 元购机享收益】
法则 2：精益创业，快速迭代
- 互联网+第三式：成本思维 【Cost+滴滴低投入大产出案例】
法则 3：坚持到质变的“临界点”
- 互联网+第四式：社会化思维 【Communication+奇瑞汽车】
法则 4：利用社会化媒体，口碑效应

第二部、品牌塑造启动篇：扎实落地的全面品牌名打造技巧

一、缺失互联网品牌思维，干再多都白费

1. 品牌思维为品牌成败的关键，详解隐藏在品牌背后的品牌
2. 熟悉般若掌法，定制品牌梳理逻辑
3. 品牌思维收集品牌信息奠定根基
4. 实操：现场解读互联网品牌落地方案

二、互联网时代快速启动品牌引爆点

1. 互联网品牌成功关键在于品牌定位
2. 剖析互联网品牌定位四分法
3. 案例解析：品牌增长点的落地方案
4. 实操讨论：打造品牌定位,品牌定位四分法实战。

三、互联网品牌命名：好名字等于品牌盈利机器

1. 品牌好名字和实战法则的哪些事儿
2. 逻辑思维加创意思维 3 要素成就品牌名
3. 品牌命名 3 大心法和 4 大技法及 6 大要素

第三部、品牌塑造推广篇：让品牌社会化传递更高效

一、品牌推广之实战落地

1. 解读互联网品牌信息传递重点要素
2. 案例剖析：品牌记忆植入要诀
3. 互联网品牌传播高效应用案例阐述
4. 案例分析：唯品会品牌塑造推广典型案例。
实操讨论：现场学员量身定制，落地品牌打造

第四部、品牌塑造推广文案篇：品牌传播文案打造心诀

1. 品牌传播方案三大法则。火极一时的辞职信背后的故事
2. 品牌传播方案三大维度与四大纬度
3. 传播方案的逻辑梳理与定型。
4. 剖析天猫双 11 大促活动活动方案
5. 品牌传播方案四大要点罗列与应用。
讨论实战落地：现场品牌设计活动传播方案。

互联网品牌打造案例分享汇总：亚马逊，冈本，喜力啤酒，三只松鼠
神舟专车，ROSEONLY,AIRBNB,迪士尼，唯品会，滴滴,PRADA,佳能，
CONVERSE,CHANEL,特斯拉，小米，APPLE ,陌陌，无印良品，今日头条，
UBER

结语：2023 年互联网的电商天下，互联网的走向必然是商务本质下的电子化。