

企业品牌管理和品牌营销

讲师：李豪

课程简介：随着国家对各行业调控与经济下行压力，行业企业竞争趋于白日化，而企业品牌和项目品牌不仅仅代表一种好产品、好服务、好品质的概念，更是竞争的重要利器和产品价值得到溢价重要指标。企业品牌化竞争是未来行业企业重要方向和趋势。

课程时间：1天

课程对象：公司高、中层管理人员、品牌经理、营销总监、营销策划人员、销售经理、销售主管等

课程收益：

- 1 了解和认识的品牌对企业竞争的作用以及品牌构成主要元素；
- 2 学习和掌握企业品牌构建与管理难点、要点和重点；
- 3 学习和掌握品牌整合营销传播设计、策略和路径选择。

课程大纲：

- 1 认识品牌
 - 1.1 品牌诠释
 - 1.2 品牌三个主要表现力
 - 1.3 品牌的构成要素
 - 1.4 品牌形象与品牌文化
- 2 品牌管理特点与趋势
 - 2.1 品牌五大点特点
 - 2.1.1 品质性
 - 2.1.2 价值性
 - 2.1.3 实力性

- 2.1.4 延伸性
 - 2.1.5 可持续性
 - 2.2 品牌发展趋势
 - 2.2.1 品牌管理科学化
 - 2.2.2 新时代品牌要求
 - 2.2.3 良好的社会责任
- 3 品牌构建与管理
 - 3.1 品牌结构
 - 3.2 细分市场与品牌定位
 - 3.3 品牌形象与品牌文化构建
 - 3.4 品牌管理组织体系
 - 3.5 360 度品牌体系
 - 3.6 品牌评估与维护
- 4 品牌整合营销传播
 - 4.1 品牌传播符号与品牌沟通模式设计
 - 4.2 品牌文化与传播策略设计
 - 4.3 品牌传播路径设计
 - 4.4 品牌传播模式设计
 - 4.5 品牌传播与产品传播策略整合
 - 4.6 营销策略与推广策略整合
 - 4.7 企业子、副品牌传播模式
- 5 新媒体的品牌传播
 - 5.1 新媒体传播模式与特点
 - 5.2 新媒体下品牌与网民关系
 - 5.3 策划新媒体的品牌大众化传播
 - 5.3.1 品牌爆点传播
 - 5.3.2 品牌形象传播
 - 5.3.3 品牌 IP 传播
 - 5.3.4 品牌可视化传播