

《成为独角兽—战略定位》

课程背景：

经济下行、供大于求、价格红海、产品同质化、竞争白热化出路在哪里？小增长靠运营，大增长靠定位。

课程定位：

《成为独角兽—战略定位》就是经营企业必修课，解决做正确的事，解决正确地做事。

学习收获：

掌握定位的整套思考和方法论，确定出企业的源点顾客，界定出竞争对手并做好竞争分析，科学找到自己产品的差异化，制定运营配称体系，做好自己的品牌故事，确定传播方式和策略，开启定位式经营之路。

课程大纲：

《成为独角兽—战略定位》

第一模块：定位的知识点

- 1、什么是定位
- 2、竞争战场的三次转移
- 3、定位的误区
- 4、如何选择适合企业发展的赛道
- 5、战略定位的设计思路及逻辑关系
- 6、什么是品类

7、品类与企业战略关系

8、案例分析

第二模块：定位的原则与工具

1、品类不同阶段的应对策略

2、制定定位的基本原则与工具

3、定位三角的实际应用及案例分析

4、心智的五大规律

5、心智地图的操作方法

6、案例详解

第三模块：定位的方法论

1、如何讲好品牌故事

2、广告与公关的区别

3、战略定位的三种基本方法

4、战略定位与模式的逻辑关系

5、战略定位与组织的逻辑关系

6、战略定位与营销的逻辑关系

第四模块：定位的落地执行

1、战略聚焦的具体步骤及案例分析

- 2、如何制定运营配称强化战略定位
- 3、四种战略模型：防御战、进攻战、侧翼战、游击战
- 4、如何设计能卖货的广告语
- 5、案例分析
- 6、一对一答疑解惑

培训对象：

企业品牌负责人（总经理、市场部总经理、品牌部总经理、营销部总经理、市场总监、品牌总监、营销总监）

课程时长：

两天（一天6小时）