

用品牌文化提升你的品牌竞争力

一、课程目标

面向企事业中高层管理人员，提供在当今移动互联网时代、5G时代，如何通过创建品牌化的企业文化建设，来提高组织的核心能力。

本课程的目标：

- 1) 帮助学员了解品牌战时代建设企业文化的基本理论基础知识；
- 2) 帮助学员学以致用，结合实践变成工作技能；
- 3) 帮助学员建立体系化结构性的解决问题创建品牌化的企业文化的思路和方法。

二、课程时长及内容

本课程时间半天。

第一部分：企业文化与品牌文化的同和异
企业文化及其在中国的发展
为什么现在要从企业文化升级到品牌文化
品牌文化为企业解决什么问题

第二部分：品牌化的企业文化创建的步骤
品牌化的企业文化建设在企业经营系统工程中的地位
品牌化的企业文化创建的步骤

第三部分：品牌化的企业文化创建的关键
品牌客户价值建设与品牌内部文化建设齐头并进
品牌文化创建中的价值观表达
品牌文化创建中的人格化表达

第四部分：品牌文化创建模式的演变
品牌 1.0 品牌价值与品牌文化创建特征
品牌 2.0 品牌价值与品牌文化创建特征
品牌 3.0 品牌价值与品牌文化创建特征
品牌 4.0 品牌价值与品牌文化创建特征
品牌 5.0 品牌价值与品牌文化创建特征

第五部分：品牌化企业文化的执行常见问题

- 1、组织建设方面
- 2、规程建设方面
- 3、传播方面
- 4、激励配套方面

三、线下课程特点

本课程有线下线上两种模式。线上限于形式问题，难以进行充分互动，只能老师单口相声。线下则可以充分运用多样化教学形式。其特点是理论知识+技能型的复合型课程。讲师强调基础理论的融会贯通，学以致用。因此在授课中结合讲师 20 年丰富的咨询实战案例，让学员沉浸式学习，代入感强。做到每一个知识点都能配套丰富的案例讲解，在教学时间充分的条件下，能够让学员充分参与案例解析，锻炼学员的专业思维能力。

教学时间足够的情况下，教学模式：

- (1) 教师为每个知识点单元设计 1-多个案例。
- (2) 学员参与案例的分组讨论，代表发言；
- (3) 各小组对其他小组发言发表评述；
- (4) 小组对案例运用的理论进行总结；
- (5) 小组对案例设计技巧，结合所选的产品或服务进行模仿创新设计。

四、讲师：蔡丹红教授

品牌竞争力成长导师，战略品牌与营销规划师；横跨管理咨询、培训和大学教学科研三个领域。经历哲学讲师下海，从文员到总经理、集团经营总裁的实战，再回到高校，为企业提供实战咨询，有丰富的跨行业咨询成果的专家教授。

杭州丹焱品牌营销管理咨询公司（创建于 1998）首席咨询，杭州电子科技大学教授 品牌研究院院长，浙大、南开、湖大等十余所名校特邀教授。中国教育部硕士学位中心、北大图书馆期刊中心评审专家；《商界评论》编委、中国经济类核心期刊《企业管理》核心专家作者，首批走进央视 2《商界名家》的专家。

已为世界五百强、行业龙头企业在内的百余家名企提供专业服务，被誉为名企幕后军师。代表品牌有新兴铸管新兴钢铁、中国建材南方水泥、八一钢铁、杭萧钢构、红蜻蜓、新光饰品、汪氏蜜蜂园、海天气体、索契健康、正元智慧、铭成装饰等。二十余年，为绿城蓝城、富春、椰树、TCL 等名企以及地方政府、培训机构举办的各类内训与公开课讲课近万场，学员数十万。

著有企业管理、北大、经济等著名出版社出版的《品牌大计：公司品牌创建指南》《织网：实效营销整合训练》《活路：制造型企业的品牌征途》《移动互联网时代打造个人品牌系统课》等著作；发表专业文章数十篇，获教育部国家级视频精品课程奖。

享有 2002 首届中国十大杰出培训师、2018 浙江最美老师”提名奖；2015“管理咨询行业”品牌女性；2014 凤凰网“首届华人讲坛网络盛典影响力人物”等荣誉称号。

