

# 《品牌体系建设方法》

## 【课程收益】

1. 构建系统科学的品牌建设认知
2. 学会系统科学的品牌建设方法（包含品牌战略、品牌定位、品牌营销推广）
5. 彻底理解什么是品牌建设，让学员彻底避免被各种品牌理论误导
6. 彻底理解什么是品牌建设，让学员少走市场弯路，避开市场雷区

【课程对象】 企业总经理\董事长\总裁\市场\品牌\营销\产品相关人员

【课程时长】 2天，6小时/天

## 【课程大纲】

### 第一部分：品牌建设的底层逻辑——如何进行品牌诊断与梳理

1. 什么是品牌建设的底层逻辑
2. 品牌建设底层逻辑的三大价值
  - 2.1 一张图谱看清，为什么你的企业做不大\做不快\利润微薄
  - 2.2 一个图形顿悟，为什么各种营销理论，都没能解决你的营销问题
  - 2.3 一张图谱看懂：  
为什么锤子手机营销无敌，销量却寥寥无几（2017年100万部）  
为什么华为手机营销平淡至极，产品却成爆款（2017年1.02亿部）
3. 案例解读品牌建设的底层逻辑解  
认知颠覆案例：解析王老吉爆发式增长的原动力（非定位），彻底颠覆你的认知

### 第二部分：品牌战略的超级方法

#### 第一节：品牌战略 1.0——如何设计品牌中长期发展战略及品牌架构

1. 品牌战略的本质——战略做对就能实现爆发式增长  
品牌战略案例：工业LED灯如何一年增长600%  
品牌战略案例：公考辅导机构志公教育如何实现一年增长300%
2. 品牌战略的路径——互联网时代企业增长的科学方法框架  
案例：小米、安德玛、lululemon、红牛的科学增长路径
3. 品牌战略的三大误区——避开战略雷区，少走市场弯路
4. 品牌架构设计的核心原则——是否价值聚焦

## 第二节：品牌战略 2.0——如何构建品牌愿景与价值观

### 1. 品牌战略 2.0——互联网时代品牌愿景与价值观构建方法

#### 1.1 升维思考降维打击的品牌战略方法

#### 1.2 如何进行品牌战略 2.0 设计——如何科学的做用户调研

爆发式增长案例：熊猫不走蛋糕如何 2 年实现从 0 到年销 2 亿

### 2. 以品牌战略 2.0 为中心的创新增长逻辑

品牌战略 2.0 案例：少儿美术培训机构如何从无人问津到客户暴增

品牌战略 2.0 案例：问世即爆红的海尔 T3 嫩烤箱

## 第三部分：品牌定位的科学方法

### 第一节：品牌定位 1.0 方法

#### 1. 什么是品牌定位

#### 2. 三大品牌定位方法

### 第二节：品牌定位 2.0 方法——价值对立

创造性理解竞争，构建碾压性优势，驱动市场爆发式增长

案例：链家地产的破局增长之道

案例：神州专车如何通过价值对方法，绝境重生

### 第三节：品牌定位 3.0 方法——品类定义

创造性定义品类，构建碾压性优势，驱动市场爆发式增长

案例：美国西南航空如何通过重新定义品类 42 年持续盈利

案例：Swatch 手表如何通过品类定义获得爆发式增长

案例：比普通植物油贵 80 倍的核桃油如何三年由年销百万到销售破 5 亿

## 第四部分：品牌营销的超级方法——以“微投入”实现高效营销的超级方法

最高级的营销传播，不是品牌方付费推广，而是在设计产品的过程中，将强大的营销基因植入产品之中，从而让产品本身就具备自我营销的能力。本课讲授的就是如何为产品（或服务）植入营销的基因

### 第一节：智造价值感知力——如何让你的产品瞬间秒杀用户

#### 1. 品牌价值可视化智造价值感知力

## 2.品牌价值冲击力智造价值感知力

案例：公牛插座如何 0 广告，一年增长 160%

### 第二节：智造品牌营销力——如何以“微投入”实现高效营销

1.打造高效营销的底层逻辑

2.智造高效营销的六大方法

案例：猫头鹰餐厅如何高效营销，让用户免费帮它裂变推广

案例：亚朵酒店如何高效营销，让用户免费帮它裂变推广