

# 《中小企业如何打造品牌超级竞争力》

## 【课程简介】

本课程系统讲授了品牌建设方法，其中既有大企业与知名企业品牌打造方法分享又有中小企业的品牌打造案例，课程中的方法兼具系统性与实战性，为中小企业建设品牌提供了实操性极强的路线图与方法论

## 【课程收益】

1. 学会品牌建设的系统科学的方法
2. 升级学员的品牌营销认知，让学员能够对竞品实现降维打击
3. 彻底理解什么是品牌，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

## 【课程大纲】

### 第一节：品牌建设的底层逻辑——让品牌建设做对

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，为什么定位等各种营销理论，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  
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

### 第二节：品牌建设的顶层设计——品牌战略

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——互联网时代塑造品牌竞争力的科学方法框架  
案例：小米、安德玛、lululemon、红牛的科学增长路径
3. 战略的三大误区——避开战略雷区，少走市场弯路

### **第三节：构建品牌综合竞争力的最高法门——用户任务方法**

#### 1. 什么是用户任务——增长原力觉醒

##### 1.1 破解增长黑箱，洞见品牌超级竞争力背后的秘密

##### 1.2 如何洞察用户任务——工具方法框架

案例：熊猫不走蛋糕如何3年实现从0到年销8亿

#### 2. 以用户为中心的品牌超级竞争力打造方法

##### 2.1 升维定义品牌，降维打击市场

##### 2.2 升维定义产品，降维打击市场

##### 2.3 升维市场营销，降维打击市场

案例：少儿美术培训机构如何从无人问津到客户暴增

案例：问世即爆红的海尔T3嫩烤箱

### **第四节：品牌传播的超级方法——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植入营销的基因

### **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%

### **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