

# 万盛兰老师《品牌策划与构建》课程大纲

【培训时间】：1天

【培训对象】：企业老板，中高层管理人员、市场营销策划、品牌策划、企宣人员

【培训方式】

生动授课、全案例演示、角色扮演、互动交流等使培训效果达到最好！

【课程目标】

1. 帮助企划认知品牌价值，梳理品牌与营销之间的关系；
2. 帮助学员掌握品牌形象构建方法论，让品牌理念从“空中楼阁”真实“落入凡尘”，成为可操作性可执行的具体方法；
3. 帮助学员建立品牌营销的思维，打破“品牌即烧钱”的观念，建立“品牌是为了降低成本”的思维模式；
4. 帮助学员掌握调研方法论，并能实战运用，能够制定真正有效的市场调研规划，并学会分析调研结果。
5. 帮助学员建立“产品思维”，向产品要营销，向产品要品牌！

## 课程大纲

### 第一章：品牌的定义

1. 什么是品牌，建立品牌的本质是什么？
2. 构建品牌的五大路径
3. 品牌寄生，把品牌寄生在消费者的生活行为中

### 第二章 企业，品牌战略制定的方法论

- 1、制定战略的出发点在哪里？
- 2、企业经营的最高境界是什么？
- 3、竞争的本质在盯住顾客，不在于盯住对手

### 第三章 重新认识“客户”：“客户”的四个角色

- 1、第一个角色：受众
- 2、第二个角色：购买者
- 3、第三个角色：体验者
- 4、第四个角色：传播者

### 第四章 品牌顶层设计：所有的事都是一件事

- 1、顶层设计的概念
- 2、企业战略、品牌战略、品牌设计、宣传推广是一件事

### 第五章：精准的品牌定位基础是精准的客户画像

- 1、市场细分
  - 1) 市场细分的意义
  - 2) 市场细分的标准
  - 3) 基于购买行的市场细分
  - 4) 基于服务的市场细分
  - 5) 结合市场应用的市场细分
- 2、客户分析及相应的对策
  - 1) 忠诚客户及相应对策
  - 2) 摇摆客户及相应对策
  - 3) 新兴客户及相应对策
  - 4) 竞争者客户及相应对策

## **第六章 调研方法论：一切调研都在现场**

- 1、调研是找参考，找启发，不是找依据
- 2、调研的关键就是要了解故事，故事里有时间、地点、过程、情绪
- 3、一切智慧都在历史，行业竞争史调研
- 4、调研要下到基层去
- 5、调研的四大陷阱
- 6、调研是在任何时刻都不能停止的工作

## **第七章 宣传体系搭建：内宣与外宣相结合**

- 1、内宣的核心要义
  - 1) 内宣的主要意义
  - 2) 内宣的主要内容
  - 3) 内宣的主要渠道
- 2、外宣的核心要义
  - 1) 舆情监管
  - 2) 危机公关