

【王子璐课程名称】 品牌营销策略（2天版）

【王子璐课程特色】

1、逻辑缜密：子璐的课程是 100%子璐原创课程，思维逻辑设计非常缜密。通过阅读课纲和比较，您一定能发现，子璐的课纲和市面上某些，用热点话题东拼西凑的课纲截然不同。

2、案例丰富：根据子璐授课的经验发现，案例是教学中最受学员欢迎和提升学员兴趣点的方法。子璐的课程每一个观点都必定有案例佐证，且使用案例 90%为 3 年内的最新案例，60%为子璐亲自参与的咨询案例。两天课程近百个案例，大量的学员互动与现场演练，让学员全程高能，无睡点，无尿点。

3、理论夯实：培训最怕听得激动，无法行动。学习的知识能否落地的关键，就是这些知识有没有夯实的理论背景支持。没有理论背景支持的知识，只不过是培训师的经验之谈，换一家企业换一个行业就落空了。欧洲著名商学院 MBA 毕业的子璐，课程设计的每一个章节的背后都有 N 个经典的理论支撑。培训师的最高境界，就是能把很多人看似枯燥的理论，讲得和故事一样精彩。

【王子璐课程介绍】

1、子璐的这个课程是针对品牌营销人员，培养品牌营销思维、建立品牌营销逻辑、学习品牌营销工具、分享品牌营销案例、实践品牌营销落地的课程。

2、子璐的这个课程完整版从“**品牌价值-品牌呈现-品牌建设-品牌设计-品牌定位-品牌差异化-品牌推广**”角度出发是对品牌营销战略的一

个完整的系统闭环。

【王子璐课程目录】

第一章：品牌的价值

第二章：品牌的呈现

第三章：品牌的建设

第四章：品牌的设计

第五章：品牌的定位

第六章：品牌差异化

第七章：品牌的推广

【王子璐课程大纲】

第一章：品牌的价值

- 一、品牌的误区【互动讨论】
- 二、品牌的认知【案例分析】
- 三、品牌的作用
- 四、品牌价值三维度的关系【互动讨论】
- 五、品牌价值三维度的理解【案例分析】

第二章：品牌的呈现

- 一、品牌的五大呈现形式【案例分析】
- 二、品牌呈现形式随商业发展的变化
- 三、品牌在不同行业中未来呈现的趋势

第三章：品牌营销的建设

- 一、需求策略
 - 1、讨论用户有哪些需求【互动讨论】
 - 2、案例分析用户的需求【互动讨论】
 - 3、建立左脑价值需求与右脑价值需求的标准
- 二、情感策略【案例分析】
 - 1、情景化
 - 2、个性化
 - 3、IP化

三、互动策略【案例分析】

- 1、商业发展对用户需求价值产生的推进变化
- 2、互动策略的特征

四、社交策略【互动讨论】

- 1、基于社交价值的成功商业案例分享
- 2、社交货币的作用及价值

五、欲望策略

- 1、欲望策略的表现形式
- 2、欲望策略的案例分享

六、故事策略【案例分析】

- 1、何为故事
- 2、故事在营销中的作用
- 3、打造品牌故事的两大方法

七、文化策略【案例分析】

- 1、品牌文化的呈现形式
- 2、品牌文化的打造方法

八、粉丝策略

- 1、粉丝与客户的差别
- 2、粉丝的特征
- 3、如何打造粉丝群

九、愿景策略

- 1、品牌愿景的原则

2、品牌愿景的案例分享

第四章：品牌的设计

- 一、品牌名称的设计原则【案例分析】
- 二、品牌 LOGO 的设计原则【案例分析】
- 三、品牌 SLOGAN 的设计原则【案例分析】

第五章：品牌的定位

- 一、品类定位的原则【案例分析】
 - 1、数一数二理论的建立
 - 2、数一数二理论的案例分享
 - 3、数一数二理论的难点分析
- 二、用户定位原则【案例分析】
 - 1、长尾理论的建立
 - 2、长尾理论的案例分享
 - 3、长尾理论的实操指南
- 三、价值定位的原则【案例分析】
 - 1、少即是多理论的建立
 - 2、少即是多理论的案例分享
 - 3、少即是多理论的实操指南
- 四、品牌定位的课堂练习【互动讨论】
- 五、案例总结品牌定位的三大原则

第六章：品牌的差异化

- 一、替代差异化【案例分析】
- 二、夸张差异化【案例分析】
- 三、拆分差异化【案例分析】
- 四、组合差异化【案例分析】
- 五、去除差异化【案例分析】
- 六、反转差异化【案例分析】

第七章：品牌的推广

- 一、人物推广策略【案例分析】
 - 1、KOL（关键意见领袖）的使用
 - 2、打造个人影响力 IP
- 二、事件推广策略【案例分析】
 - 1、借势
 - 2、把坏事借成好事
 - 3、把别人的事借成自己的事
- 三、造势推广策略【案例分析】
 - 1、没事找事
 - 2、联合造势
- 四、地推推广策略【案例分析】
 - 1、创意

2、赠品

3、会员

4、活动

5、找到超级用户【案例分析】

五、跨界策略

1、异业联盟

2、跨行业经营

3、跨领域推广

【王子璐课程案例一览】

您一定很好奇，子璐前面介绍两天的课程近百个案例，究竟是什么？

为了保持课程的一定神秘性，请原谅子璐不能把每个案例的具体运用方法和应用在课程中的位置一一注明。但子璐可以把用到的知名案例名称罗列于此，以供参考（包括但不限于）：

- 1、路易威登
- 2、香奈儿
- 3、古驰
- 4、麦当劳
- 5、雀巢
- 6、IBM
- 7、英特尔
- 8、联邦快递
- 9、顺丰快递
- 10、中联重科
- 11、联塑
- 12、日丰
- 13、星巴克
- 14、小米
- 15、巴宝莉
- 16、葆蝶家
- 17、爱马仕

- 18、可口可乐
- 19、宝马
- 20、诺基亚
- 21、A&F
- 22、希尔顿
- 23、椰树
- 24、依云
- 25、卡西欧
- 26、IWC
- 27、东芝
- 28、奥利奥
- 29、家乐福
- 30、苏宁小店
- 31、天猫小店
- 32、电影哪吒
- 33、大话西游
- 34、哆啦 A 梦
- 35、变形金刚
- 36、魔兽世界
- 37、芭比娃娃
- 38、故宫文创
- 39、三只松鼠

- 40、小猪佩奇
- 41、网易云音乐
- 42、木作玩家
- 43、奥迪
- 44、苹果
- 45、爱奇艺
- 46、JEEP
- 47、五菱
- 48、百岁山
- 49、雕爷牛腩
- 50、益达
- 51、宝马 MINI
- 52、瑞幸咖啡
- 53、无印良品
- 54、乔治阿玛尼
- 55、奔驰
- 56、肯德基
- 57、百度
- 58、百雀羚
- 59、珍视明
- 60、阿迪达斯
- 61、耐克

- 62、固安工业园
- 63、唯品会
- 64、神州专车
- 65、九阳豆浆机
- 66、HAO123
- 67、传音手机
- 68、亚马逊
- 69、必胜客
- 70、永和
- 71、沃尔沃
- 72、海飞丝
- 73、采乐
- 74、清扬
- 75、玉兰油
- 76、绿箭
- 77、滋源
- 78、乐百氏
- 79、白加黑
- 80、舒客牙膏
- 81、营养快线
- 82、QB house
- 83、宜家

- 84、海底捞
- 85、例外服饰
- 86、庆丰包子铺
- 87、褚橙
- 88、加多宝
- 89、杜蕾斯
- 90、360 杀毒
- 91、京东
- 92、宿务航空
- 93、运满满
- 94、欧派衣柜
- 95、东鹏陶瓷
- 96、士力架
- 97、百威
- 98、奔驰 smart

最后，能认真阅读到这儿的您，说明您对这个课程真的很用心。其实，您不仅是在读课纲，而是在和子璐进行着一次课前的对话。

相信不久，咱们还会有一场面对面的对话……