**业务导向的工业品品牌战略与组织**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **时间/Time：**2017-06-08~09 | **时间/Time：**2017-08-17~18 | **时间/Time：**2017-09-21~22 |
| **地点/Location：**上海 Shanghai | **地点/Location：**北京 Beijing | **地点/Location：**深圳 Shenzhen |
| **类型/Type：**公开课 Public Training | | |
| **语言/Language：**中文Chinese | | |
| **费用/Fee：8800元/人**RMB 8800/one person | | |

* **培训议程/Agenda**

|  |  |
| --- | --- |
| * 08:30-08:55 签到 Register | * 12:00-13:00 午餐 Luncheon |
| * 09:00-10:30 培训 Training | * 13:00-15:30 培训 Training |
| * 10:30-10:40 茶歇 Coffee Break | * 15:30-15:45 茶歇 Coffee Break |
| * 10:40-12:00 培训 Training | * 15:45-17:00 结束Training end |

* **联系我们/Contact Us**

|  |  |
| --- | --- |
| * **联系人/Attn：**Vinky Xiao 肖先生 * **直线/Tel：**021-61536928 | * **邮箱/E-mail：**vinkyxiao@efclink-mail.com * **手机/MB：**13918141008 |

* **概述/Overview**

**课程前言：**

越来越多的工业品企业开始重视品牌战略与管理，然而在构建工业品强势品牌的过程中也面临了不少挑战：

* 工业品企业品牌部影响力有限，如何让品牌部成为尖刀，和销售部共同促进品牌的发展？
* 公司、业务、产品……那么多方方面面都需要梳理与拉动？一个品牌够吗？多个品牌乱吗？尤其公司参与到资本运作时，涉及兼并收购其他企业时，品牌架构怎么办？品牌核心价值怎么提炼？
* 工业品客户如何分类？哪类是我们的核心目标客户？什么样的品牌定位让我们更具有差异化竞争力？
* 多元业务群，产业不同，市场不同，拿到公司有限预算怎么传播呢？说什么？在哪儿说？谁来负责？
* 母子公司是集权还是分权？我们的手伸多长？做哪些工作更有效？什么样的组织形式更适合我们？

**课程收获：**

1、 涉及工业品品牌建设全部模块，更系统！更前瞻！

多年工业品品牌战略规划功底，成就系统性、科学性、全面性的知识。

2、 全球500强企业品牌案例分享，更开拓！更跨界！

中国移动、阿里巴巴、宝洁、IBM、三星、巴斯夫、沃尔沃……，品牌战略与管理的实用案例分享。

3、 7大模型工具带回家，更实用！更实操！

品牌建设的五类主体模型、品牌架构三步走工具、品牌定位STB流程、客户分类方法及校验工具、品牌定位资产屋、低成本传播方法及ROI模型、母子品牌的管控关系及组织运营等等。

4、全体学员沙盘演练+分组讨论，更互动！更针对！

做咨询业务的专家来做培训，现场会根据学员面临的实际工作进行模拟沙盘演练，加强对知识的理解，方便更好地运用到未来工作中。

5、任何工作困扰100%现场解答，更及时！更落地！

授之以渔，还能授之以鱼，针对个案量身订做给出方向性建议。

6、 培训结束后一年答疑期360天增值服务，更务实！更增值！

如果有品牌困扰提供答疑，陪伴学员成长。

**培训对象：**

需要打造工业品品牌或提升能力的首席品牌官、品牌总监、品牌经理或相同职能的从业者。

* **活动纲要/Outline**

|  |  |
| --- | --- |
| **第一天**  **第一单元：相信品牌的力量**  ◇ 品牌的定义   什么是品牌   品牌与生意的关系  案例分享  ◇ 工业品品牌战略四要素   品牌架构   品牌定位   品牌传播   品牌管理体系  **第二单元：工业品品牌战略第一要素——架构**  ◇ 品牌架构规划   四种品牌架构模式   多品牌的有效   多品牌的困难   单品牌的有效   单品牌的困难  ◇ 品牌架构发展路径  实战演练：工业品企业的品牌架构路径  **第三单元：工业品品牌战略第二要素——定位**  ◇ 品牌定位规划   战场选择——WHERE（哪里卖）   用户选择——WHO（卖给谁）   武器选择——WHAT（卖什么）   决胜要素——POSITION（定位）   品牌定位资产屋解析  ◇ 品牌定位发展路径  实战演练：工业品企业的品牌定位路径 | **第二天**  **第四单元：工业品品牌战略第三要素——传播**  ◇ 品牌传播规划   品牌传播五部曲——书   品牌传播五部曲——报   品牌传播五部曲——网   品牌传播五部曲——视   品牌传播五部曲——会   低成本传播方法   低成本传播实践  实战演练：工业品企业的品牌传播路径  **第五单元：工业品品牌战略第四要素——管理体系**  ◇ 品牌组织管理类型   集权管理   分权管理   放权管理   无权管理  ◇ 品牌资产监测   单品牌资产监测   多品牌资产监测   品牌资产监测与业务   品牌资产监测与营销  案例研讨与学员自我排查及互动  **第六单元：相信品牌的力量**  总结  学员困扰现场答疑  课后答疑具体安排 |

* **讲师介绍/Lecturer**

**李老师**

中国市场品牌风云人物

十九年品牌战略管理经验

**讲师经验**

● 曾在跨国500强公司领导品牌部门工作13年；

● 曾领导本土企业集团化，取得70%市场份额，并跻身全球三甲；

● 曾亲自制定过37个品牌的战略规划，100%取得利润增长；

● 曾领导与参与近百个迈迪客户的品牌规划，其中68%取得>25%年增长率；

● 曾先后开发讲授过21门品牌战略与管理课程，学员总计>2万人次，>170个行业。

**金牌课程**

品牌力：《业务导向的品牌架构》、《业务导向的品牌定位》、《中外品牌大对决》

产品力：《新品上市管理》、《产品规划与明星产品》

营销力：《年度营销战略规划》、《媒介策略与规划管理》、《品牌终端化》

组织力：《品牌管理体系构建》

**品牌经验**

三一集团、中国移动、阿里巴巴、中粮、海尔、中兴通讯、海南航空、攀钢、中国重汽、奇瑞控股、翔业集团、佳洁士、玉兰油、飘柔、南孚电池、广州立白，维达……

**座右铭：**仰高山者无歧路之虑，每个品牌都有一座自己的高山！

**余老师**

工业品 品牌管理专家

十七年工业品与集团品牌战略与品牌传播经验

**讲师经验：**

● 工业品品牌建设领域的领先者, 多次在百强工业企业中组建并领导品牌管理中心开展工作， 创造过一系列经典传播案例，广受专业媒体好评，同时著有业内广泛影响力的《工业品品牌建设应学会的低成本传播方式》；

● 在集团品牌架构与管理体系领域有专项研究, 目前是中粮、海尔等集团特约品牌顾问；

● 作为工信部国家品牌培育小组首批专家组成员, 主攻与负责工业品品牌定位与传播、B2B与B2C品牌联动的品牌示范性项目；

●曾领导与参与众多迈迪客户的品牌规划，其中68%取得>25%年增长率；

● 曾先后开发与讲授过5门B2B相关的品牌战略与管理课程，学员总计达3000人次，跨越40多个工业产业。

**主要课程：**

《品牌架构与管理体系》、《工业品品牌定位》、《工业品品牌低成本传播》、

《B2B与B2C品牌联动》、《公司品牌声望管理》

**服务客户：**

中粮、海尔、三一重工、中国恒天、奇瑞控股、远东控股、丝宝集团等

**座右铭：**对工业品而言，无业务，不品牌；无品牌，不价值！

* **关于我们/About us**

**EFC Link（华嗣咨询）**是全国领先的专业人力资源管理解决方案供应商。我们以“专业、高效、精准”的态度，为企业提供公开课、内训、中高端人才寻猎及管理咨询等综合服务，帮助企业精英人士提升能力、搭建人脉及职业发展平台，竭力推进企业人才发展。

**EFC Link (Huasi Consulting)** is one of the national leading professional human resource management solutions providers. We provide public training, internal training, middle and high-end talent hunting, management consulting and other integrated services for enterprises with a "professional, efficient and accurate" attitude, in order to help elites to enhance their abilities, to build their social network and occupation development platform, and to promote the development of enterprise talents.

**EFC Link（华嗣咨询）**凭借多年行业经验，结合多项自主研发创新技术，搭建了业内顶尖的千万级数据资源库。我们将技术与服务紧密融合，从“为客户节约成本”的角度出发，为客户设计定制化的落地型人力资源解决方案，实实在在为客户解决根本性问题。

**EFC Link (Huasi Consulting)** has built a top data base with tens of millions of data resources, combined with a number of independent innovative technologies by many years of industry experience. We make technology and services mix together to design customized human resource solutions in the term of "Saving costs for customers", so as to fundamentally solve the problems for them.

我们每年为全国5000多家客户提供优质服务，包含世界500强、福布斯2000强及本土领先上市公司，业务辐射全国各地。

We provide high-quality services for more than 5 thousand customers each year all around the world, including the world's top 500, Forbes 2000 and the leading listed companies.

|  |
| --- |
| **下方请见：报名表**  You can find the Registration Form below |

**Registration Form**

培 训 报 名 表

**欢迎参加EFC Link培训课程，请您填写并确认如下信息：**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **公司名称** |  | | | | | | |
| **贵司**  **培训联系人** | **姓名** | **性别** | **职位** | **直线** | **手机** | **邮箱** | |
|  |  |  |  |  |  | |
| **课程名称** |  | | | | | | |
| **课程日期** |  | | | | **课程地点** |  | |
| **参会人员信息** | **姓名** | **性别** | **职位** | **直线** | **手机** | **邮箱** | **金额** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **付款方式** | □ 转账 □ 现金 | | | | **付款总额** | **￥ 元** | |
| **发票抬头** |  | | | | **发票领取方式** | * 课前邮寄□ 现场领取 | |
| **发票内容** | □ 咨询费□ 会务费□ 服务费□ 培训服务费 | | | | | | |
| **快递地址** |  | | | | | | |
| **住宿要求** | 是否需要代订酒店： □ 是 □ 否 | | | | | | |
| * **预订：** 单人房间； 双人房间 * **住宿时间：** 月 日点 至 月日点 | | | | | | |

|  |
| --- |
| **温 馨 提 示 Friendly Tips** |
| * 上表“□”部分请确认后打“√”，本表填写完成后，请回传至我司，为确保您报名无误，建议您再次电话确认。 * 本课程可针对企业需求，上门服务，组织内训，欢迎咨询。 * 我公司收到报名表和汇款后，会在开课前一星期内将《开课确认函》发送至您的邮箱。 * **报名后，请务必出席。**如遇特殊情况，无法出席，请务必于开课前一周之前通知我们，否则将收取一定的违约金。 * 培训当天，请根据我们提供的《开课确认函》，提前15分钟至指定地点签到处办理报到手续。 |