**移动互联时代的品牌规划**

**善用网络，彰显品牌化效益**

|  |  |
| --- | --- |
| **谁来参加？** | **课程时长** |
| * 企业主、CEO * 营销副总裁、营销总监 * 市场部经理 * 营销、产品策划人员 | * 2天（14小时） |
| **有何收获？** | **先决条件？** |
| * 知晓品牌化效益，能使你的产品不同与竞争对手的产品，即使它们并无差别 * 学习最佳战略，用于网络营销的来增加品牌知名度，突显竞争优势 * 学习减少无谓的网络花费，增加品牌投资的ROI | * 销售、市场、营销、品牌、产品专业领域，三年以上工作经验的管理者 |
| **为何参加？** | |
| * 运用多种教学手段，在战略、策略、竞争优势分析的基础上，深度剖析网络时代的品牌规划，融讲师个人丰富经验与内在规律于一体，助你建立移动互联时代的品牌规划新思路。 | |

**课程大纲**

**第一模块：市场营销战略分析框架**

* 客户对产品价值认可的四大维度
* 从价格营销到价值营销的转变
* 从价格销售到价值销售

**第二模块：市场营销竞争策略框架**

* 如何建立你的竞争战略框架
* 共鸣价值点与其他价值点的不同
* 如何通过潜在客户需求来找到共鸣价值点

**第三模块：长期市场营销竞争优势框架**

* 市场营销竞争基本功
* 产品组合与市场营销竞争力的关联性
* 长期竞争优势的秘方
  + 客户对品牌的信任度和放大客户效益的关联性
  + 如何通过品牌化效益增加信任度

**第四模块：网络战略分析框架**

* 企业希望从网络得到什么？量化指标
* 战略重点：品牌还是销售
* 网络趋势与未来的可能性

**第五模块：现有资源审计框架**

* 现有的网络资源审计
* 团队架构
* 网络战略投入
* 网络文化：领导，项目，技术

**第六模块：网络品牌规划框架**

* 网络对品牌的存在风险
  + 富士康案例
  + 西门子案例
* 网络品牌规划的秘方
  + B2B 与 B2C 网络营销的不同点
  + SEO-搜索引擎优化的重要性

**第七模块：网络营销框架**

* 网络营销与传统营销的不同点
* 网络营销的三部曲：引流，转化率，服务流程
* 引流模块介绍
* 如何提高转化率
* 3S服务流程的搭建

**相关课程**

* 作为营销部门的管理者，你可能还会对《移动互联时代的营销创新》感兴趣
* 想要在营销管理方面更进一步，你可能需要学习《卓越的销售管理》《市场营销数据的分析与挖掘》

**讲师简介**

**辜 先生**

* **背景经历**
* 肯耐珂萨资深讲师，顾问
* 获英国托马斯国际（Thomas International）性格测试师认证;获伟事达(Vistage International)CEO教练导师认证;担任多位中外企业中高层管理人员辅导教练；国家外国专家局培训中心认证专家，系统创新导师
* 曾任固铂轮胎中国区总经理，领导中国地区的销售，营销，采购，物流，资讯科技和人力资源等各方面的运作。被《汽车商业评论》杂志评为2009值得赞赏的十大中国汽车人物
* 曾服务于中国本土知名的公关及整合营销公司——海天网联，担任总裁，负责全国业务运营。在辜先生带领下，海天网联在不到三年的时间内，年营业额人民币6000万跃升至16000万元
* 曾在全球排名第一的博雅公关公司旗下市场营销部门——博联传播任总经理一职
* 曾任职柯达（中国）有限公司，在担任数码产品部高级经理期间，将柯达一款濒临失败的数码产品重新包装优化，并赋予其全新的市场定位，在全中国进行了成功的推广
* 辜先生在美国杜瑞克大学（DRAKE UNIVERSITY）以55课全A的成绩获得商业管理学士学位及新闻与大众传播学学士学位.，并获得表彰成绩最优秀的1％的学生Summa Cum Laude称号和先锋奖学金；后于美国威斯康星大学-麦迪逊 (University of Wisconsin-Madison)的A.C尼尔逊学院获得市场研究学硕士学位，并获全奖
* **擅长领域**
* 营销系列：市场营销创新、品牌规划、大客户策略、攻心谈判之术
* 创新系列：创新思维、商业模式系统创新管理、蓝海战略与透视未来
* 通用系列：高效能沟通、商业演讲与演示技巧、故事家
* **服务客户**

上海汽车集团股份有限公司培训中心、东方明珠集团、上海同济科技实业股份有限公司、上汽集团多家子公司、联合汽车电子、ABB、施耐德、IBM、HYFLEX凯发、博世、巴斯夫BASF、KRAGER克鲁格医疗器械、星玛电梯、旭瑞光电、伍尔特国际、吉利美嘉峰、上海华夏邓白氏商业信息咨询有限公司、上海思百吉仪器系统有限公司、摩恩（上海）厨卫有限公司、百事（中国）投资有限公司、普洛斯投资管理（中国）有限公司、森萨塔电子技术（上海）有限公司、耐克、欧司朗光电半导体（中国）有限公司、雄克精密机械贸易（上海）有限公司、泰华施贸易（上海）有限公司、太极医药、雅莹服饰等

* **学员反馈**

*“一整天的课上下来，老师利用很多辅助手段，如看视频，做游戏，讲故事案例，提问等方式，让学员全程注意力都比较集中。包括培训资料很多重点部分的空白，让学员自己填上补充，一个加深印象，另外一个防止走神，很好！”*

——黄女士（某外资材料公司部门经理）