**前言**

**蓝草咨询的目标：**为用户提升工作业绩优异而努力，为用户明天事业腾飞以蓄能！**蓝草咨询的老师：**都有多年实战经验，拒绝传统的说教，以案例分析，讲故事为核心，化繁为简，互动体验场景，把学员当成真诚的朋友！

**蓝草咨询的课程：**以满足初级、中级、中高级的学员的个性化培训为出发点，通过学习达成不仅当前岗位知识与技能，同时为晋升岗位所需知识与技能做准备。 课程设计不仅注意突出落地性、实战性、技能型，而且特别关注新技术、新渠道、新知识、创新型在实践中运用。

**蓝草咨询的愿景**：卓越的培训是获得知识的绝佳路径，同时是学员快乐的旅程，为快乐而培训 为培训更快乐！

**蓝草咨询的增值服务**：培训成绩合格的学员获颁培训结业证书，某些课程可以获得证书权威机构认证证书（学员仅仅承担成本费用）。

目前合作权威机构：中国管理科学研究院

（中央编办成立的国家事业单位，登记号：210000005343）

根据《职业教育法》的相关规定，该证书是对劳动者岗前培训，在职培训，能力提升培训，继续教育和创业培训的证明。持证者，说明其通过了职业能力培训考核与测评，具备了相应的专业知识和能力，可作为学员能力评价，考核，聘用和从业的重要凭证。

成为“蓝草club”会员的学员，报名参加另外蓝草举办的培训课程的，可以享受该培训课程多种优惠。

**2020《电商如何塑造高情商品牌课程》大纲及开课计划**

**2020年课程计划：**

**课程价格：4980（含授课费、资料费、午餐费）**

上海： 3月7-8 4月20-21 5月25-26 6月22-23 7月27-28 8月17-18 9月19-20 10月19-20 12月14-15

北京：6月24-25 8月19-20

苏州：3月15-16 4月17-18 5月22-23

深圳： 3月9-10 5月27-28 9月21-22 10月21-22 12月16-17

大连： 6月20-21 8月15-16

重庆： 4月22-23 5月15-16

宁波： 4月22-23

郑州： 4月22-23 8月17-18

荔波： 5月21-22

**培训受众：**营销总经理、市场部人员、销售部人员、经销商、加盟商、店老板、店长、导购、督导、大区经理、研发部主管、财务部主管等

**课程价值：**学员终端客户推出“快乐培训快乐礼惠”政策;互联网时代，电子商务已经成为任何一家企业的渠道新路径和满足消费者需要的重要场地，如何建设电商渠道品牌？当今消费者的消费心理和消费者发生了怎样的改变？营销体系人员和公司的其他职能部门如何针对消费者的改变而满足消费者新的需求？电商渠道的品牌成功的要素，什么是高情商型品牌，如何建设高情商型品牌？本课程将会给学员带来巨大的收益。

**《电商如何塑造高情商品牌》课程大纲：**

**第一讲、品牌基础**

1. 品牌再认识
2. 前互联网时代品牌的传播特点
3. 互联网时代品牌传播特点
4. 互联网电商明星企业成功路径的品牌效应
5. 线下企业原有品牌与电商品牌关系？

**案例分享：罗莱家纺 韩都衣舍**

二、 电商品牌定位

1. 互联网＋不是简单的原有企业品牌增加电商品牌
2. 企业互联网化
3. 传统企业互联网化的四个阶段
4. 新零售中的品牌效用

 **案例分享：苏宁易购**

**第二讲、 电商品牌在电商经营中的巨大魔力**

1. 为什么品牌在电商中仍然有巨大的魔力
2. 线上客户购买行为认知
3. 品牌价值影响力
4. 品牌形象号召力
5. 电商类型的金字塔模型

**案例分享：阿迪达斯**

**课堂小组讨论：需要建立电商新品牌吗？**

**第三讲、 用户体验是电商品牌建设的中心**

 一、用户体验

1. 用户体验要旨
2. 用户体验要素
3. 用户体验的根本在于用户需求

**案例分享：支付宝**

二、用户画像

1. 什么是用户画像？
2. 大数据技术与用户画像
3. 用户画像要素
4. 用户画像与电商品牌建设关系
5. 用户画像的基本流程

**案例分享：某银行的用户画像**

**课堂练习：描绘出你公司用户的用户画像**

**第四讲：电商品牌设计事务**

1. 电商平台（线上）与传统营销渠道（线下）消费者九大不同特征与解决方案
2. 解决“噪音”问题
3. 解决“聚焦”问题
4. 解决“联想”问题
5. 解决“亲身体验”问题
6. 解决“吸引力”问题
7. 解决“一见钟情到心心相印”问题
8. 解决“临门一脚”问题
9. 解决“做梦”问题
10. 解决“虚荣”的问题

**案例分享：多个“淘品牌”案例**

1. 情商九项与高情商（EQ）品牌

1. 心理学范畴的情商九项

2. 营销4.0时代

 3．情商九项与高情商品牌的关联

**案例分享：天猫的“双11”购物节**

1. 塑造高情商品牌九项技术
2. 自信心表现
3. 交流能力表现
4. 独立性表现
5. 情绪表达
6. 同理心表现
7. 挫折抵抗表现
8. 自律能力表现
9. 解决问题能力表现
10. 责任心表现

**案例分享：哈根达斯等多种案例**

**课堂讨论：你公司的电商品牌合乎几项高情商？**

1. 塑造高情商品牌的注意事项
2. 注意品牌粘性
3. 注意产品属性
4. 注意消费者的内心感受
5. 注意“价值永远大于价格”
6. 注意塑造品牌自始至终都要围绕“用户体验”
7. 注意场景与品牌的关系

**案例分享：三只松鼠食品的成功**

**第五讲、**以高情商品牌角度实现现有品牌洞察

1. 产品角度“六察”
2. 设计形象角度“七察”
3. 客户角度“六问”
4. 视觉角度“六观”

案例分享：Durex等多案例

 **课程总结：电商经营成功的关键在于成功的电商品牌管理！**

实战型能落地营销/管理专家-黄俭老师简介：

滨江双创联盟荣誉理事长；上海蓝草企业管理咨询有限公司首席讲师；多家知名企业特聘高级管理顾问。

黄老师多年在企业管理、公司战略规划、市场营销、品牌建设、员工管理、绩效考核、上市公司等等方面有着丰富的实践经验；深刻理解了东西方管理精髓。进入培训教育行业，作为资深培训讲师，在企业内训课、公开课、CEO总裁班等百余家企业和大学课堂讲授战略管理、营销管理、品牌管理等领域专业课程，结合自身的企业实践和理论研究，开发的具有知识产权的一系列新营销课程收到企业和广大学员的欢迎和热烈反馈。听黄老师上课，可以聆听他的职场经历，分享他的成绩，干货多多！课程突出实用性、故事性、新鲜性和幽默性。宽广的知识体系、丰富的管理实践、积极向上、幽默风趣构成了独特的教学培训风格，深受听众欢迎。通过一系列销售案例剖析点评，使销售管理人员掌握一些管理先进理念，分析技巧、提高解决问题的能力。黄老师近期培训的东风汽车-商用车公司，华东医药公司的销售团队在培训后，销售业绩有了20%提升。

擅长领域：战略管理 /领导力系列 / 经典营销 /新营销 /大数据营销

授课风格： 采用情景式教学法，运用相关的角色模拟和案例分析诠释授课内容，理论与实战并举，侧重实战，结合视听教材，帮助学员在理论基础与实践应用方面全面提升。广大的学员认为授课风格为：幽默风趣、条理清晰、实战、理论联系实际。

主讲课程：

《电话营销技巧》《杰出的房地产销售》《如何做好一流的客户服务》

《电子商务与网络营销》、 《销售流程与技巧》、 《大客户营销》、《顾问式销售》、《如何成为成功的房产销售员》、《总经理视角下的营销管理》、《非营销人员的营销管理》、《如何塑造成功的电子商务品牌》，《精准数据营销实战》、《卓越营销的营销策划》、《打造双赢关系营销》、《卓越客户服务及实战》、《海外市场客服及实务》

**报名回执表**

|  |  |
| --- | --- |
| 单位名称 |  |
| 通讯地址 |  | 邮编 |  |
| 联系人 |  | 联系电话 |  | 传真 |  |
| QQ |  | 邮箱 |  |
| 学员姓名 | 性别 | 职务 | 手机 | 邮箱 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 打款账号 | 单位名称： | 上海蓝草企业管理咨询有限公司 |
| 银行名称： | 建行上海第四支行 |
| 开户银行、帐号： | 31001503800056001693 |
|  ☑ 提前转帐付款 |

 （此表复印有效）

备 注：

1. 收到您的报名表后，我们将尽快与您联络，如您一个工作日内未接到我们的任何通知，请及时电话与我们联系确认，谢谢！
2. 已报名的企业/个人如有其他原因不能如期参加，请开课前一周通知本公司，如有已转入的款项我公司可根据报名者意愿将费用转为其他课程费用。已经收取课酬费用不再退还。

（需要预定住宿的请参考我司课程《确认函》中的住宿酒店信息）

注意：

→ 请将报名表填写完整，发至我方即可。我方收到报名表后，将以电话、传真或E-mail等方式确认收到报名表。

→ 请在培训之前三个工作日内将报名表回传,课前一周另行发送详细会务安排

→ 本课程可针对企业需求，上门服务，组织内训，欢迎咨询。

→ 请参会学员准备一盒名片,以便学员间交流学习。

→ 请准备几个工作中遇到的问题以便进行讨论。

此表所填信息仅用于招生工作，对所填写的客户信息，我司严格保密，如需参加请填写回传给我们，以便及时为您安排会务并发确认函，谢谢支持！