**爆品战略——如何打造用户必然购买的产品(网课）**

**————————————————————————**

培训时间：7月31日-8月2日（3天每晚20:00-22：00直播）

培训对象：营销总经理/副总、市场总监、大区经理、营销经理/总监等中高层管理者

培训费用：899元/人（直播） 399元/人（录播）4980元/人（线下面授）

学习工具：微信扫码关注“企赢在线”立即体验线上精品课程~

1.学员微信群社群辅导作业学员提问解答。

2.企赢微课程随时可回看，利用碎片化的时间充电。

3.企赢微课网课都采用账号密码进入制防止非购买课程人员参与听课。

4.凡事参加企赢微课堂学员购买课程回看期限1年。

**服务热线：18820199517 （彭老师）**

温馨提示：此课程我们可以提供企业内部培训与咨询服务，欢迎来电咨询。

**【课程大纲】**

**第一课：爆品打造模型工具——战略透视镜**

第一节：理解战略本质——战略做对就能实现爆发式增长

1. 战略的本质
2. 阻碍企业增长的三大战略误区

案例：工业LED灯如何从亏损2300万到21个月营收1.38亿

第二节：洞察购买目的——洞察购买目的实现爆发式增长

1. 爆品方法——洞察用户购买目的

案例：熊猫不走蛋糕如何2年实现从0到年销2亿

其它案例：会展企业、化肥企业、少儿教育培训机构

第三节：洞察竞争本质——避免陷入市场泥潭

1. 两大竞争思考误区
2. 界定竞争对手的正确方法
3. 正确定义自己是谁的方法

案例：错误定义自己与对手的案例——老乡鸡vs肯德基

案例：错误定义自己与对手的案例——区域珠宝品牌vs周大福

**第二课：爆品打造模型工具——品牌通天塔**

1. 什么是购买的本质
2. 关于购买的原理级洞察

第一节：品牌通天塔第一层——价值极致

1. 什么是价值极致化
2. 价值极致化打造爆品的工具方法

案例：乐纯酸奶2年从0到年销2亿背后的秘密

案例：小米生态链产品，单品上市一年销售破10亿背后的秘密

第二节：品牌通天塔第二层——价值对立

1. 什么是价值对立
2. 价值对立打造爆品的工具方法

案例：飞鹤奶粉如何通过价值对立绝境重生，爆发式增长

案例：神舟专车如何通过价值对立在专车市场后来居上

案例：比普通植物油贵3倍的鲁花花生油，如何通过品牌对立快速攻占全国市场

第三节：品牌通天塔第三层——价值创新

1. 什么是价值创新
2. 价值创新的两大方法：垂直整合进行价值创新+水平整合进行价值创新

案例：碧桂园如何通过价值创新逆势增长

案例：云南白药创可贴如何通过价值创新异军突起

案例：海藻食盐如何通过价值创新塑造极致品牌差异化

第四节：品牌通天塔第三层——市场漂移

1. 什么是市场漂移（品类定义）
2. 六大市场漂移方法

案例： 拉杜蓝乔核桃油

全景解读，拉杜蓝乔如何通过重新定义品类三年从500万增长到 4.7 亿

深度剖析，价格高出普通食用油 80倍的进口核桃油如何创造品牌奇迹

案例：美国西南航空如何通过重新定义品类42年持续盈利

案例：Swatch如何通过品类定义获得爆发式增长

**讲师简介：**

**刘老师：**

**【主要背景】**

小米生态链 品牌营销科学家

故宫文创 首席品牌营销专家

盒马鲜生 新零售经营顾问

阿里巴巴商学院 品牌营销导师

欧洲商学院 EMBA品牌营销导师

中韩两国国家级食品产业峰会唯一特邀品牌营销演讲嘉宾

凭借更高层级品牌营销思维，多次击败特劳特定位（《定位》作者中国公司）

洋河蓝色经典、海尔智能、鲁花花生油、公牛插座等数十家企业品牌营销顾问

**【专业实践】**

刘老师具有17年品牌营销培训与咨询实战工作经验，现为小米生态链企业品牌营销科学家; “故宫文创品牌奉旨造物“首席品牌营销专家。刘老师先后服务300余家国内知名企业与中小企业，屡获创市场奇迹。如通过品牌营销策划，推动拉杜蓝乔核桃油三年成为爆品（由500万/年，增长到4.7亿/年）；通过品牌营销策划，0市场投入（0广告费、0促销费）推动公牛插座一年销售额增长1.6倍

**【主讲课程】**

《小米爆品方法——小米生态链打造爆品的方法体系》

《爆品战略——互联网时代打造爆品的科学方法》

《爆款文案——如何写出“一句话扎心”的品牌文案》

《爆发增长——如何10倍科学提升推广转化率》

《爆红传播——如何以微投入实现品牌爆红》

《裂变式增长——四大方法打造市场超级加速器》

《私域流量——如何为你的品牌打造私域流量池》

《品牌裂变——互联网时代品牌裂变式增长密码》

《品牌战略3.0——互联网时代的降维打击之道》

《定位战略**2.0**——互联网时代企业经营制胜之道》

《品牌建设**3.0—**—互联网时代的品牌建设与管理》

《**360°**解密新零售——向小米+盒马鲜生学习新零售》

《90天锻造卓越员工——小米员工指数级成长方法》（小米内部课）

**【品牌营销实战案例】**

小米体重秤：品牌营销策划，推动小米体重秤单年突破100万台

小米空气净化器：品牌营销策划，推动小米空气净化器单年突破200万台

公牛插座：品牌营销策划，推动公牛插座5年由2.6亿飞跃到58亿

拉杜蓝乔核桃油：品牌营销策划，推动拉杜蓝乔由500万到第3年年销售4.7亿

偃月LED照明灯（工业品）: 品牌营销策划21 个月，由亏损 2300 万到实现营收 1.38 亿

金麒麟珠宝:品牌营销全案策划，3年由区域第六跃升区域第一

**【授课风格】**

醍醐灌顶：平均每5分钟让学员感受到一次醍醐灌顶般的学习体验

极致杀伤：只讲亲身实践检验，非常有效的品牌营销方法与落地工具

同频共振：授课富有激情、形象生动，注重互动，让学员与课程同频共振

**【服务客户】**

互联网与电商品牌：滴滴、京东、小米、盒马鲜生、故宫文创、懒财网、阿芙精油

电子消费品：海尔智能、公牛插座、偃月电器、雅格电器、德兴节能、联建光电

快速消费品品牌：洋河集团、鲁花集团、三元乳业、美域高果业、食圣酱油、翔宇橄榄油、恒都牛肉、浩海食品、正大食品、山西汾酒、康达尔农业、西王集团

医药品牌：广誉远国药、达仁堂药业、东阿阿胶、祖师麻黑膏药

房地产品牌+供应链企业：万科、怡亚通

政府国企：宁波人社局、上海东方国际进出口公司、河南息县政府、包钢集团、延长石油

化妆品品牌：美肤宝、法兰琳卡

耐用品品牌：世家家居、邦派五金、登升手套、帕莎太阳镜、伟经智能衣架

**报 名 表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 单位名称 | |  | | | | | | | | | | |
| **发票抬头** | |  | | | | | **税务号** | |  | | | |
| 公司地址 | |  | | | | | | | | | | |
| 联系人 | |  | | 手机 |  | | | | | 职务 |  | |
| 参会费用： 元 | | | | **发票内容：1.**培训费 2.信息服务费 3.咨询费 | | | | | | 付款方式：□课前转帐 | | |
| 酒店预订委托 | | | □是 标双 间 标单 间 | | | | | | | | | |
| 汇款账号 | | | 户 名：企赢（深圳）企业管理咨询有限责任公司  开 户 行：中国工商银行股份有限公司深圳布吉支行  公司账号： 4000022309202049860 | | | | | | | | | |
| 参加  学员  名单 | **姓名** | | **职务** | | | **联系电话** | | **课程名称** | | | | **培训时间** |
|  | |  | | |  | |  | | | |  |
|  | |  | | |  | |  | | | |  |
|  | |  | | |  | |  | | | |  |
|  | |  | | |  | |  | | | |  |

**备注：为确保您的名额和及时参加，请提前将《报名表》填好后回复，我们将有专人与您联系确认，并于开课前发出《开课邀请函》。培训时间、地点、住宿等详细信息请以《开课邀请函》书面通知为准，敬请留意。谢谢！详询热线：18820199517 (彭老师)**