

# 《超一品牌定位营销》

## 图书基本信息

书名：《超一品牌定位营销》

13位ISBN编号：9783408086125

出版时间：2014-2-3

作者：任超一

页数：234

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《超一品牌定位营销》

## 内容概要

任超一老师《超一品牌定位营销》课程，通过严谨的理论、科学的数据、灵性的创意帮助企业解决品牌战略三大问题：你是谁，去哪里，怎么去？完全实战，拒绝空谈，讲方法，给工具，让企业以品牌定位为战略导航，走出同质化，价格战的困局，为企业快速地低成本打造品牌。

# 《超一品牌定位营销》

## 作者简介

任超一 品牌定位营销专家，资深媒体人，记者，策划人，《企管天下》栏目创始人，《培训中国》栏目总策划，创成咨询品牌运营系统专家，北京企业管理学院名誉副院长。

20年的电视媒体从业经历，从大众媒体聚焦到专业的培训媒体，中国培训咨询名师的幕后推手，创办了中国培训界第一电视栏目《企管天下》。

任超一老师采访过一千多位知名企业家，为一百多位培训咨询名师做出品牌包装策划，对企业如何传播品牌有独到见解，提出了做品牌就要找痛点、挠痒点、放大兴奋点。

适合人群:

董事长、总经理、总裁、企业负责人。

## 书籍目录

### 课程大纲（仅供参考）

#### 一、2014宏观经济形势解读

- 1、宏观经济分析
- 2、品牌误区
- 3、商业的三次革命
  - (1) 以产定销时代（供不应求）
  - (2) 以销定产（策划与营销）
  - (3) 体验营销（以客户体验为核心）

#### 二、企业的战略定位

- 1、大数据营销工具
- 2、企业战略三步法
- 3、企业内外部SWOT分析:
- 4、创业者创业基因分析:
- 三、如何进行企业的品牌营销
  - 1、定位的五大优势
  - 2、消费心理学（认知的规律）
  - 3、定位的原理
  - 4、定位的五个工具
  - 5、定位的3种方法
  - 6、经典商业案例分析
  - 7、定位（产品 客户 价格 渠道 促销）
  - 8、产品线的设计
  - 9、服务业客户如何定位

#### 四、品牌如何传播

- 1、销售的三个要素
- 2、销售四部曲：
- 3、产品包装设计策略：好的产品就像炸药包
- 4、广告语设计方法策略
- 5、如何做电商：无定位不电商

#### 五、如何快速创造引爆品牌

#### 事件营销五种策略

#### 六、品牌创新商业模式

#### 产品、品牌、战略与商业模式的逻辑关系

# 《超一品牌定位营销》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)