**中国品牌价值学派创始团队**

**2022双定位品牌战略总裁研修班**

**4月1号-2号，山东济南**

**从战略到落地，帮你系统解决品牌营销难题**

为什么看了很多成功案例，却找不到自己的路子！

为什么学了很多品牌理论方法，却打造不出自己的品牌！

为什么付出多年努力,做了很多尝试，换了几任总监，却总是成效很差！

粉丝经济、网红经济、国潮经济、平台经济风起云涌，

短视频、直播、网红、种草......新营销、新模式、新概念层出不穷，

时代在变，商业业态、消费心态、媒体环境都发生剧变！

如果你还在用传统的理论，来思考现在的问题，肯定是失败！

着眼于全球，立足于本土，成长于互联网环境，成熟于实战的磨练，

一套全新的品牌理论体系直接解决当前的品牌问题，

这就是品牌元心价值理论！

中国品牌价值学派创始团队重磅巨献：

18年专注品牌营销，17部品牌营销专著，200+专家团队，500+成功案例，200+创新模型、实战工具！

新思维、新模型、新方法，从本质上认知品牌，解决企业问题！

欢迎参加：

**中国品牌价值学派**

**2022双定位品牌战略总裁研修班**

**导师及课程介绍**

**韩志辉,**中国著名品牌营销战略专家;

管理科学与工程博士；

工商管理（消费大数据方向）博士后，

农业农村部 农产品加工业专家委员，

光华博思特营销咨询机构 总裁，

清华大学、中国人民大学、山东大学、中山大学等多所大学特聘讲师，客座教授;

服务企业超500家。

**课程主题：**《品牌元心价值，企业基业长青元动力》

**课程精要：**商业的本质是创造价值、交换价值，企业立足于江湖核心就是创造不可替代性的价值。品牌不是符号、不是定位、不是形象，品牌的本质是价值，是价值区隔、价值记忆、价值传递、价值交换；

企业的品牌元心价值是驱动消费者的核心力量，是企业基业长青元动力；

**课程大纲：**

1、新时代消费心智的变化，必须放弃传统的定位思维与方法

2、如何创造价值，再造心智，推动消费者认

3、如何区隔价值，差异化创造更高价值

4、如何锁定价值，实现不可更大程度的不可替代

5、如何表达价值，通过符号实现低成本大力度传播

6、如何沉淀价值，打造企业生存发展的元动力，培养持久竞争优势，实现基业长青

**刘鑫淼，**中国品牌农业战略推进中心主任，中国食品报网《品牌农业》栏目执行主编，光华博思特营销咨询机构 副总裁，中国十大策划专家、诸葛亮策划奖获得者。  
**课程主题：《区域品牌元动力，价值战略双定位》  
课程精要：**企业竞争靠品牌，产业竞争靠生态；区域特色产业的竞争，已经进入生态集群化竞争时代！企业没有绝对竞争力，流失的是市场；  
产业没有绝对竞争力，流失的是企业、人才和一切。从区域产业规划，到区域品牌双定位；从品牌元心价值，到产业竞争壁垒；从龙头企业培训，到区域品牌集群化管理；区域品牌导入品牌价值元心理论，系统打造区域产业绝对竞争力。

**雍雅君，**双定位理论创始人，中国十大品牌专家，2018中国品牌影响力年度贡献人物

**课程主题：**《品牌双定位，打造品牌元心价值》

**课程精要：**

１、品牌元心价值，关乎企业成败！  
２、产品思维不可能成功，必须升级品牌思维；  
３、如何建立领先地位，隐形冠军告诉你；  
４、如何建立竞争壁垒，积累长期竞争优势？  
５、消费者为什么要买你？要让品牌拥有触摸灵魂的力量！  
６、找到定位制高点，千方百计争第一！

**于润洁，**中国人民大学MBA，《中国经营报》特约案例评论专家，擅长快消品行业新营销模式的研究与规划。

**课程主题：《创新营销模式，打造持续增长的销量流》**

**课程精要：**  
新消费环境下，营销模式创新是打通品牌与消费者价值连接的基本命题。豆黄金鲜食腐竹，创新营销模式，卖出行业三倍价格，而且销量行业第一。本课程是营销模式创新的最佳实践论，通过案例结合模型，在学习中探寻最适合自己公司的营销新模式。

**课程大纲：**  
1、创新营销模式，在竞争最残酷的行业破圈  
2、转换新赛道，线上线下东方不亮西方亮  
3、三级种草，小而美的品牌如何做到品销齐升  
4、BC一体化营销，谁先打通谁就能占领先机

**朱延辉，**新营销实战专家，2017-2018山东省电子商务领军人才，山东大学新营销高端签约导师，腾讯学院、北大荒大学特约营销专家，前淘宝皇冠店掌柜。

**课程主题：《国潮爆款出圈密码》**

**课程精要：**  
国潮当道,种草来袭,直播带货风起云涌,基于渠道深度沟通及触点消费体验的竞争成为新消费核心!  
新消费品牌成为资本新宠，尽享“新经济”风口优势，那些爆火的新消费品牌快速破圈，到底做对了什么？  
从“产品+渠道+广告”的老三样，到双微一抖、一猫一红一知乎一站式“拔草”成交的增长新逻辑，新营销7+增长体系帮你搭建营销增长新通路！  
**课程大纲：**  
（１）国潮爆款破圈五大启示录。  
（２）新消费演变三重逻辑。  
（３）７＋新营销增长体系拆解  
（４）新时代，销量提升四大盘  
①湿因子——记忆切入盘  
②全触点——全域引流盘  
③红效应——种草激活盘  
④提频次——私域留存盘  
（５）新营销，品牌持续增长三合力：  
①渗透度—用户运营力  
②日历式——活动运营力  
③三视角——内容营销力

**周亚飞，**场景营销专家，品牌年轻化实战派，互联网媒体整合营销专家，中国企业联合会认证管理咨询师

**课程主题：**《场景营销，让品牌与需求高效链接》

**课程精要：**

场景营销的本质是品牌与需求的高效链接，品牌价值落地离不开场景营销。  
消费主权时代，场景营销是新营销的最佳抓手，能够为品牌、产品、渠道、终端、传播赋能。  
**课程大纲：**  
1、彻底掌握品牌场景营销的命门  
2、场景营销的三大法宝（底层逻辑、场景洞察、场景制造）  
3、场景营销四大绝杀（链接、体验、分享、行动）  
4、品牌场景营销的四大法则（挖掘需求、放大定位、触发时机、参与体验）  
5、场景引爆黄金三角（场景匹配、内容吸引、成交转化）

**刚子[张永刚]：**中国设计之星，中国新锐品牌设计师，光华博思特品牌设计总监

十五年潜心专注于品牌价值形象创意研究与品牌元心价值系统表达。

始终坚持以“创意是第一生产力”的品牌设计准则和“创意就是品牌自动营销”的实效型产品设计理念，长期服务于国内数十家知名企业和品牌，并系统创造了“价值-创意-生意”的创意模型。  
**课程主题：《产品包装的元心-元魂-元神》**

**——用独具一格的包装为企业创造更大价值**

**课程精要**：  
包装的本质是传递信息、实现热销、创造价值。产品立足于终端，就是要吸引顾客产生自销，让消费者一见倾心，产生记忆和自我传播，让包装成为企业强大的销售力！  
**课程大纲：**  
1.产品包装的本质  
2.产品包装设计的逻辑  
3.产品包装的元心-元魂-元神

**赵超 : Adobe中国认证设计师，ACAA认证设计师，光华博思特创意总监**

**课程主题：《**创意进化论——消费升级下如何用品牌设计再造消费者心智流量**》**

**课程精要：**

①消费升级的本质就是审美升级。

②流量的聚集就是占有心智流量。

③品牌设计如何抢占心智流量。

**他们都在学：**

海尔集团、大北农集团、正大集团，温氏集团，福胶集团、思念食品，铁骑力士，新希望六和、惠发食品，上海大山和祖名食品，中沃体制能量，燕谷坊集团，明月海藻，乾宝湖羊，波尼亚食品、海和食品，晋龙集团，中椒英潮，海汇集团、莱博生物、豆黄金，核磨坊，冠珍轩食品，永盛斋食品，杜康酒业，荣康按摩椅，锣响挂车，狮王瓷砖，内蒙古加米亚，黑龙江绿丰面业，吉林正方农牧，易邦生物，太阳雨，四季沐歌，唐骏汽车，丽驰汽车，禹王集团，圣泉集团，大丰机械，赛邦国际，汇金集团，得象碳晶

......