

消费者主权时代的品牌运营

上海 1 月 11-12 日

上海 7 月 18-19 日

上海 11 月 21-22 日

演讲语言：中文 Language: Chinese

标准价格 Standard Price: 6980RMB/person

定价含增值税、活动全程参与（9:00-17:00）、会议资料、午餐、茶歇；不包含晚餐和住宿

课程简介 Briefing

本课程旨在帮助企业了解消费者主权的来由，掌握大数据时代的冲击，以及应对客户需求曲线的变化。通过学习本课程，企业将能够深入了解消费者的需求和行为，从而更好地打造爆品和进行品牌运营。

培训对象 Who Should Attend

总经理、副总经理及企业各级管理人员

课程大纲 Agenda

模块一：消费者主权时代的爆款品牌价值

1. 从客户的角度看品牌
2. 爆款品牌也是商品
3. 爆款品牌传播的唯一途径
4. 建立品牌的途径与步骤
5. 案例分析：大嘴猴的崛起

模块二：互联网与爆款品牌

1. 互联网的三大特征
2. 互联网广场效应
3. 反身理论的最佳实践
4. 网络新闻的商品化
5. 借力与主动营销模式
6. 互联网提升品牌建立的速度
7. 案例分析：55 度杯是如何成为爆款的

模块三：发现和打造合适的爆款超级 IP

1. 成功的爆款超级 IP 运作不一定是 IP 内容的成功，而是踩准了点
2. 爆款超级 IP 内容只是表象，人格化才是内核
3. 超级 IP 具备的四大属性
4. 爆款 IP 的真正价值不应该是流量价值，而是信息价值
5. 案例讨论：哪个 IP 可以为我所用？

模块四：大数据让爆款品牌如虎添翼

1. 今日头条是媒体还是销售公司
2. 大数据是新经验主义
3. 三大标签体系是大数据应用基础
4. 精准将成为未来品牌运营的基础
5. 未来的品质生活四个基本条件
6. 案例分析：工业 4.0 的品牌世界

模块五：大数据工具实践

1. 数据驱动的工具 SPSS 和 Excel
2. 数据挖掘的六个层级
3. 案例分析：在产品买点的挖掘
4. 数据治理的六个步骤
5. 案例讨论：如何建立数据挖掘的基础数据
6. 案例实践：建立你的数据仓库

课程讲师 About the Speaker

杨云

企业家俱乐部正和岛顾问

上海市品牌授权经营企业协会的创始人

伟事达私董会主席和教练

潮牌大嘴猴服饰品牌和互联网爆款 55 度杯的背后推手

多家企业董事、创始人

上海师范大学理论物理系学士；上海交通大学管理学院 MBA

杨老师拥有 20 多年职业经验，包括 6 年海外生活工作经验、5 年外企工作经验、15 年企业管理经验。早在 1985 年就成为中国第一批程序开发员，之后赴澳大利亚研习心理学，回国后曾担任澳大利亚 Classique Furniture Pty. Ltd. Australia 上海办事处首席代表、宝隆洋行英特尔乳品有限公司亚太区高管、上市公司均瑶集团总经理等职位。

具有十多年各行业丰富的咨询、项目顾问及培训经验，尤其熟悉快销、零售、文化产业、制造业和房地产行业。作为国内第一批程序开发员，主持实施 SAP，用友等 ERP 软件，以顾问式、项目式管理方式，帮任职企业解决众多实际管理问题。凭借计算机和心理学专业背景以及多年企业管理实战经验，杨老师自主开发了一系列数学模型，有效的发掘问题背后的根本原因、准确预测风险、合理安排计划及分配预算等，显著提高了企业绩效并且节省人力。

同时，杨老师还担任北京大学、上海交大、华东师范大学等著名学府/机构的兼职讲师，并曾经为 1000 多家涵盖世界五百强企业、大型国企集团、民企集团提供咨询和培训项目，以顾问、项目管理方式帮助众多企业解决实际问题。

擅长领域：

成功商业模式转型

中高层管理者决策思维与决策能力提升

企业流程管理

企业运营管理

大数据时代数据管理

报名方式

请打开网站：www.ewisx.com，点击任一活动，于活动介绍页面底部提交报名信息；如有疑问，请联系课程顾问协助报名：ewisx.com。



关注公众号：ewisx



课程顾问：ewisx.com