

四步做好品牌定位策划

产品名称	四步做好品牌定位策划
公司名称	深圳市有料品牌营销有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市龙华区观澜街道广培社区高尔夫大道8号2 B栋艺创国际中心1011（注册地址）
联系电话	13682477585

产品详情

很多企业在找品牌策划机构寻求品牌帮助时，往往会接收各种层面的关于品牌定位的相关概念和知识。但每个策划公司所展示的品牌定位方法和工作路径又有差别，导致品牌主们对于品牌定位的认知更加模糊。

[有料战略全案策划](#)

结合多年的品牌定位及营销策划的实操经验，系统性总结品牌定位的核心4步，按照这四步核心逻辑去定位，基本上就能解决品牌的问题。

首先一步是“找”。每个企业所面临的内外部环境是不一样的，甚至同一个企业不同阶段所面临的情况也不一样。因此有料品牌策划在给企业做战略全案策划时，首先一步就是要找到企业当前所处的环境格局，识别出竞争对手，洞悉到源点人群的心智认知，落位企业内部阶段资源。这个“找”的过程，往往被很多企业忽视了，希望策划机构一见面就给出“好点子”、“好创意”。俗话说“知己知彼，百战百胜”，没有首先一步的“找”的了解过程和认知树立，给出的品牌策略或创意往往都是天马行空，空中楼阁。

第二步是“立”。在找到竞争对手，了解到自己所处的环境与格局后，此时需要进一步去辨析竞争对手的强弱，以及源点人群的心智占位，由此描绘出“心智地图”，非常直观的体现出敌我双方各自的战斗优势在哪。[有料战略全案策划](#)

认为定位的精髓就在于“扬长避短”，能够清晰的认知到自己的优势，以此去攻击、抢占对手的薄弱之处，或者避开竞争对手在客群心智中的已有强势，这样才能树立起品牌自身在客群心智中有利的优势位置，这样由“找”到“立”的过程，其实就是定位的过程。

第三步是“撑”。我们都说“眼见为实，耳听为虚”，这就体现出人们在接收一个信息点时，首先会表现出一个防御的心理。而如果要打破这层防御，让品牌的定位能够顺利进入到客群的心智中，就要“顺势而为”。何谓“顺势而为”？[有料品牌策划](#)

认为就是利用客群心智中已经熟悉、接受、信任的认知去消除心理上的疑虑，能够撑得起品牌定位信息进入心智的筛查之门，不然大门关闭，就会被排出在外，继而定位失败。而实现这一“撑”的过程，就是为品牌定位的“立”去构建一个可靠的证明，只要客群心智信任这个证明，其支撑的定位认知也就水

到渠成了。

第四步是“渗”。很多企业在跟策划机构合作时，往往前三步都可以很好推进，然后就会得到一份关于品牌策划的方案。但拿到这份方案之后，还是不清楚具体如何去落地实施。因此有料战略全案策划提出，为企业做全案策划就必须要有第四步的“渗”。这个“渗”就是品牌定位从战略高度渗透到企业经营管理的实际当中，能够从上至下的全链条打通。让定位不只是一个概念或者口号，而是渗透到营销活动、产品开发策略、传播推广、品牌公关、内部资源配置等方方面面，这是一个循序渐进的过程，更是一个从战略到经营、传播、甚至行为规范的渗透过程。

通过以上四步，是一个企业定位由模糊到清晰，由抽象到具体的系统性工程，只有这样才能成功将品牌定位顺利植入到顾客的心智中。[www.http://www.youliaopp.com/](http://www.youliaopp.com/)