

南阳中小型企业如何做好品牌定位及品牌运营?

产品名称	南阳中小型企业如何做好品牌定位及品牌运营?
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	3000.00/月
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

很多南阳企业老板对于品牌定位还非常陌生，一个品牌做好定位，就离成功不远了。中小型企业在做品牌定位之前，必须要非常清楚的认识什么是定位，什么是品牌。有很多企业的老板认为注册一个商标就叫做品牌，这是非常非常大的误区。

什么是品牌定位

占据消费者的联想心智。假设你是消费者，你想购买电器，在这个时候，你会联想到什么品牌的电器商场？你为什么想到这几个商场？联想到的理由就是该商场的定位。

服务Zui好是谁？-----商场的定位是“服务”

价格Zui便宜的是谁？-----商场的定位是“价格”

无假货的商场！-----商场的定位是“真货”

什么是品牌

品牌可以是商标，但商标不一定是品牌。有很多企业的老板对品牌知识非常缺乏，认为注册了商标就是品牌。同样假设你是消费者，如果你购买各样的产品时，你会联想到什么商标，你联想到了的商标，就可以称为品牌。那么各种陌生的商标是品牌吗？

某领导来了，喝酒请吃饭，喝什么酒？——茅台、五&粮液？

家里冰箱坏了，准备换一台——海尔、小天鹅

想买手机——苹果、华为、诺基亚、ov

品牌的效果

品牌定位的原理是要占据 " 第&一 " 性。定位理论的第&一不是品牌在行业里面销售额、利润第&一。而是品牌从各个方面的概念性第&一，比如：XX服务，品牌第&一个提出，并且执行。当消费者在购买该领域的产品时，会联想到很多相关的信息，当想到XX服务时，第&一个闪到消费者脑海里面的就是该品牌。因为该品牌可以等于某个领域代表着某个领域，这就是品牌定位。

成为第&一个领域的创建者，是可以胜过提供更好的产品。如果你的品牌不能第&一个定位成这个领域，那么，你可以策划创建出一个新领域使自己成为第&一。再如果，你的品牌不能在大区域成为第&一，你可以再换一个思路，到小区域去，使自己的品牌成为第&一。区域性的第&一打个比喻：把一包盐洒到池塘里面去，变不了味，但如果把这包盐洒到一个小盆里面，就会立刻变咸。

如何策划好品牌定位

品牌定位的策划，每个行业的不同，定位也可能不一样。但目的是一样，为了持续增长的稳定销售业绩。品牌在定位的时候，可以参考以下几点：（篇幅有限，相关案例、公司品牌营销策划、内容种草、网络推广等内容可关注Zui加科技，私信或评论了解详情！）

商业模式挖掘

产品功能挖掘

对手优势借势

产品产地挖掘

原料成份挖掘

背景梳理挖掘

行业品类挖掘

品牌定位的策划原理

品牌定位的策划其实并非很难，3个步骤就可以很好的完成。

挖掘品牌资源-----在第三者角度观察梳理品牌有什么资源。

确定品牌核心-----寻找机会点并做大点，进行取舍。（取核心，舍边缘，分主次）

无限放大核心-----坚持，不变，集中。将人、财物放到核心去无限放大。无限放大不是无中生有，而是像打拳击一样，把力量集中的一个拳头上搏击，才能击到对手。