

品牌全域增长模型

4 In Power

公众号 / 视频号：
布兰德老白

品牌全域增长模型

4 In Power



04

品牌文化传播

破圈传播
社交扩散
大众热度
文化持续

03

品牌资产夯实

市场营销
渠道渗透
用户体系
数据系统

02

品牌基建打造

场景识别
产品开发
内容种草
流量获取

01

品牌战略定位

赛道选择
用户洞察
需求分析
战略规划

公众号 / 视频号：
布兰德老白

品牌战略定位

赛道选择

洞见细分市场 扬长避短

观察宏观市场 动静结合

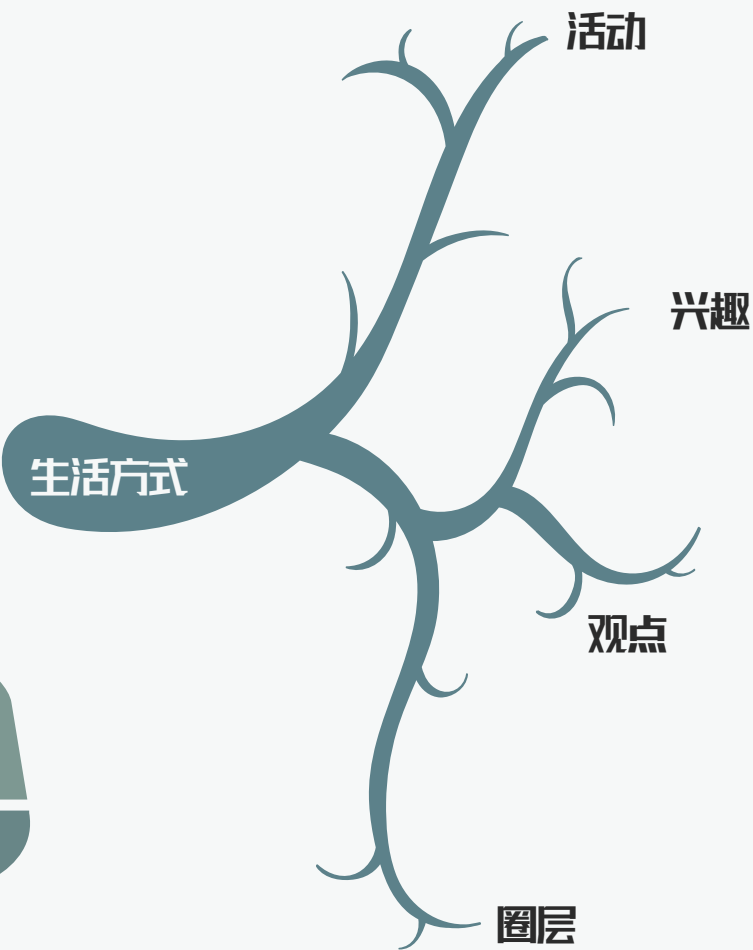


环视竞争者 知己知彼

公众号 / 视频号：
布兰德老白

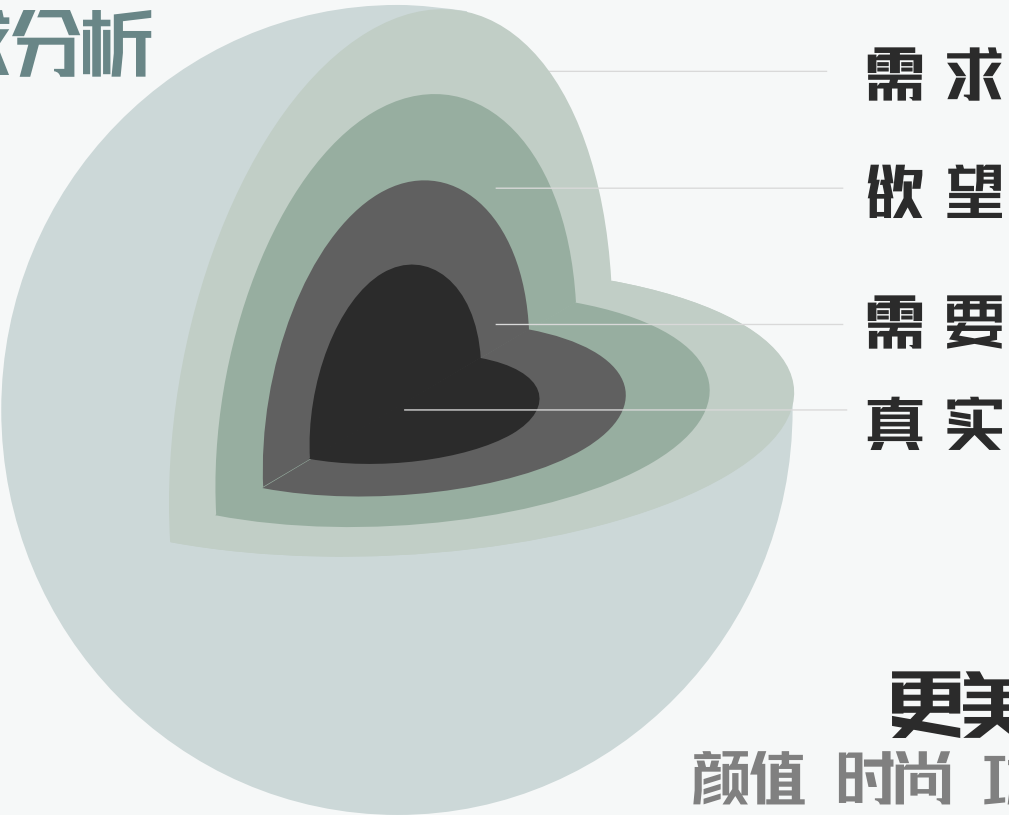
品牌战略定位

用户洞察

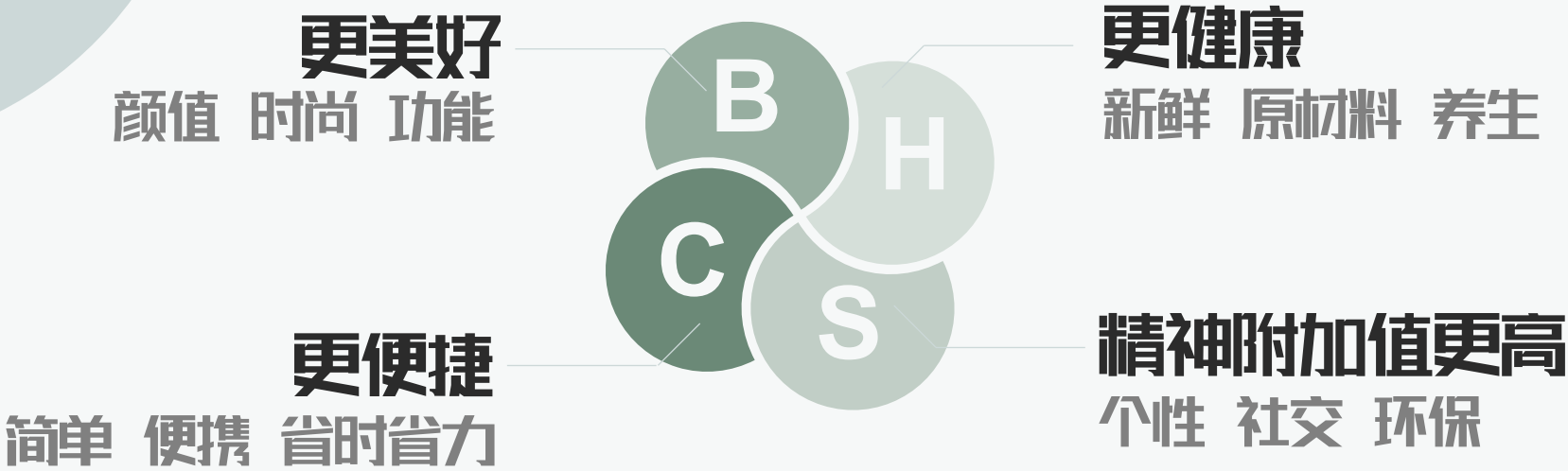


品牌战略定位

需求分析



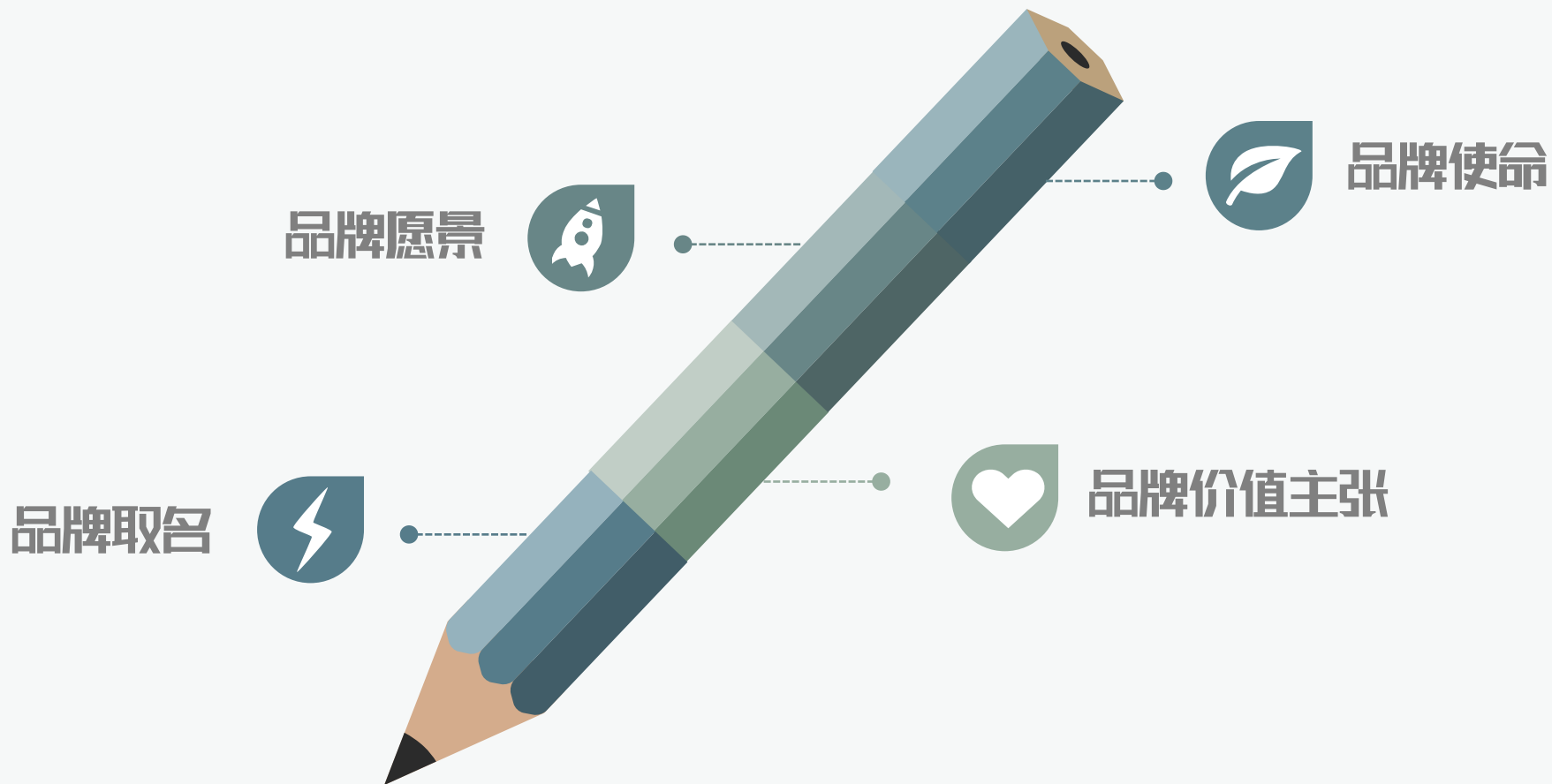
趋势预判



公众号 / 视频号：
布兰德老白

品牌战略定位

战略规划



这个品牌为谁服务？为什么相信这个品牌？这个品牌提供什么利益？这个品牌与谁对抗？

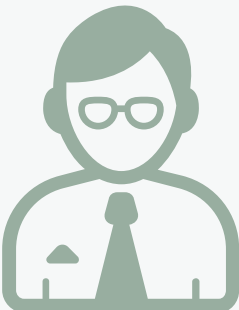
品牌基建打造

场景识别

用户决策过程

- 01 认知型决策
- 02 习惯型决策
- 03 集体型决策

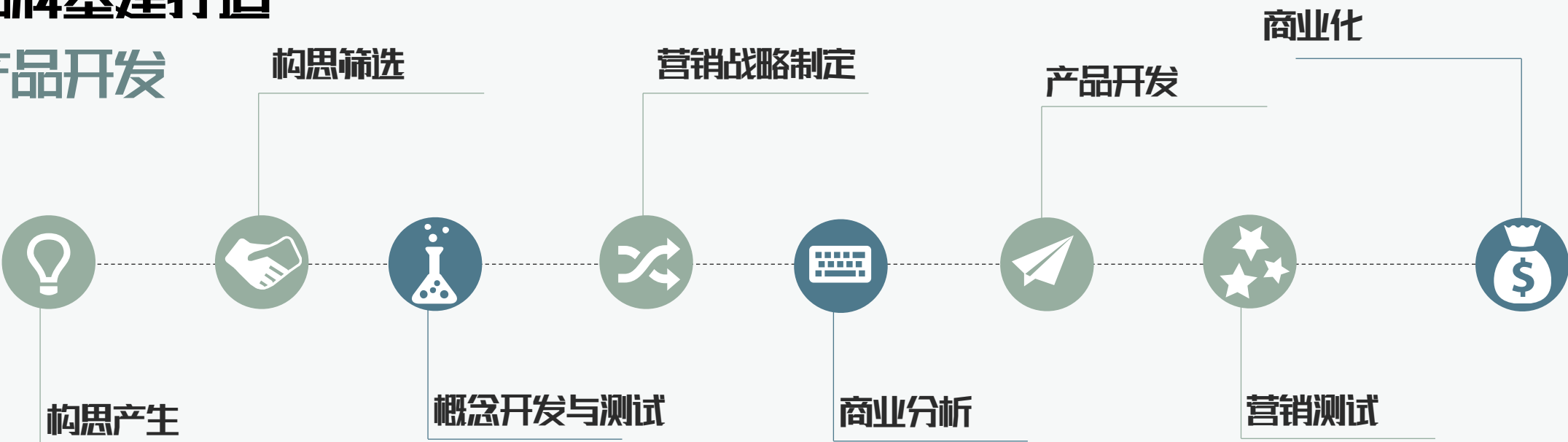
场景	什么人	什么时间 / 什么情况	什么地点	发生了什么事	什么心情	想做什么	会有什么动作
	WHO	WHEN	WHERE	WHAT	HOW	GOAL	HOW



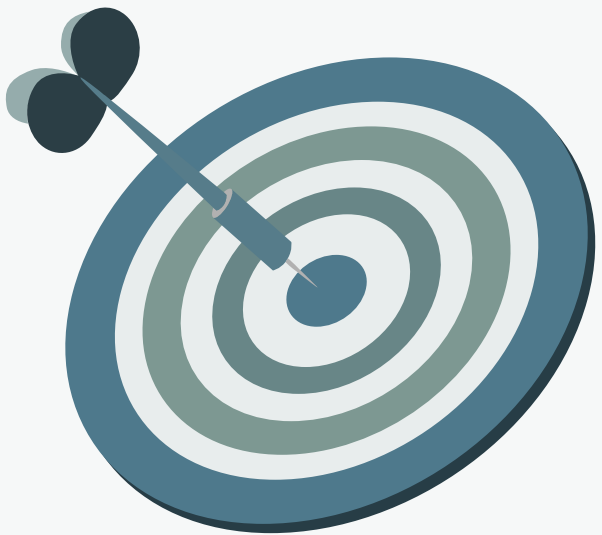
公众号 / 视频号：
布兰德老白

品牌基建打造

产品开发



定价



用户感知价值

产品成本

竞争格局

品牌基建打造

内容种草

用户获取信息渠道

01

个人渠道

02

商业渠道

03

公共渠道

04

经验渠道



公众号 / 视频号：
布兰德老白

品牌基建打造
流量获取

线上

内容种草
赛道卡位
主动搜索
平台资源

线下



先驱者

早期使用者

早期大众

晚期大众

落伍者

精准

自然
付费

品牌资产夯实

市场营销



理解市场和用户的需求 01

设计用户导向的营销战略 02

构建传递价值的营销计划 03

建立盈利性的关系和创造用户愉悦 04

获得价值以创造利润和用户权益 05

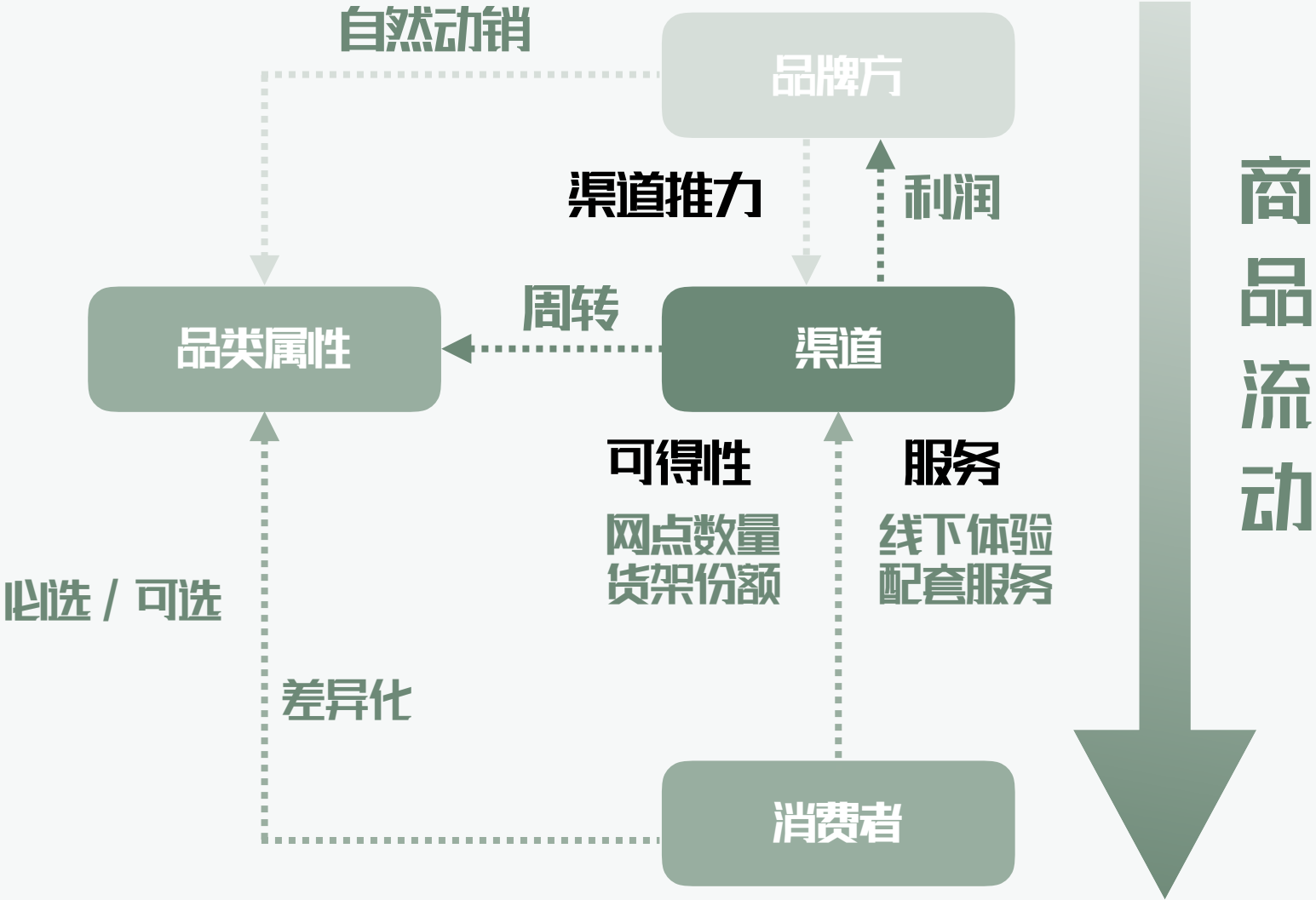


营销管理

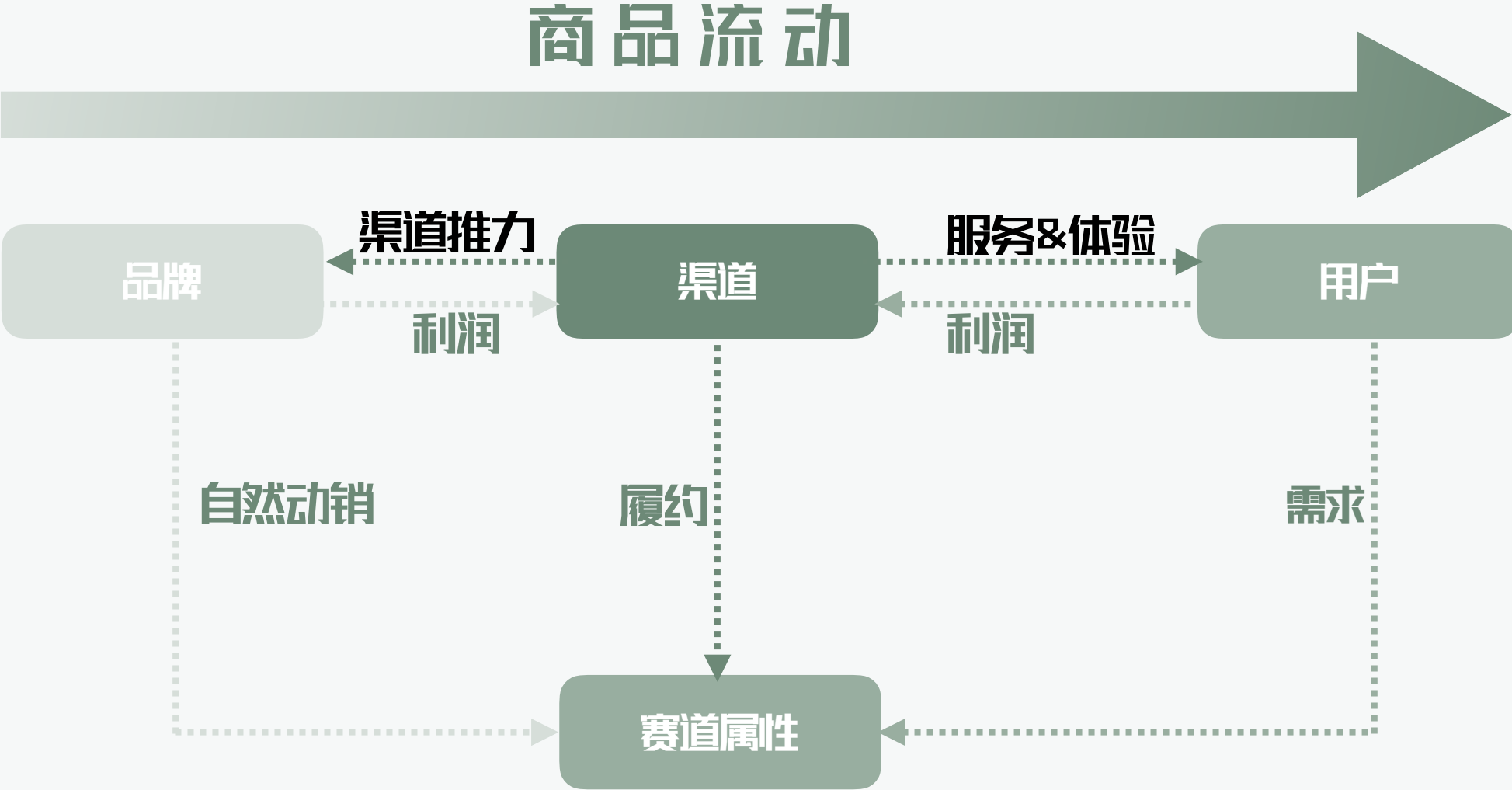
公众号 / 视频号：
布兰德老白

品牌基建打造

渠道渗透

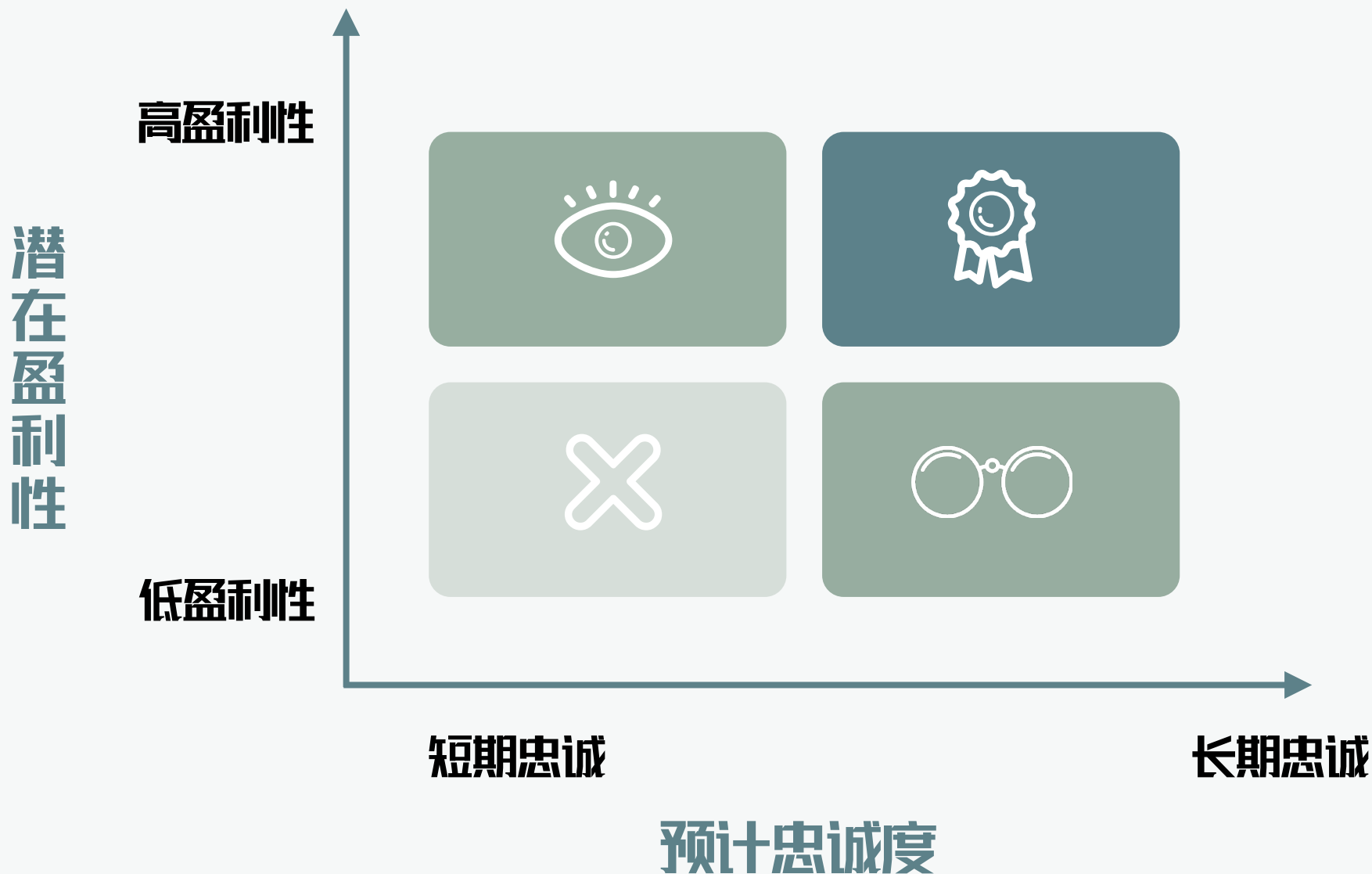


品牌基建打造
渠道渗透



品牌基建打造 用户体系

递送显著的用户价值和满意，来建立和维持有价值的用户关系



品牌基建打造

数据系统



用户

产品 / 供应链

渠道 / 营销

数据

全域数字化

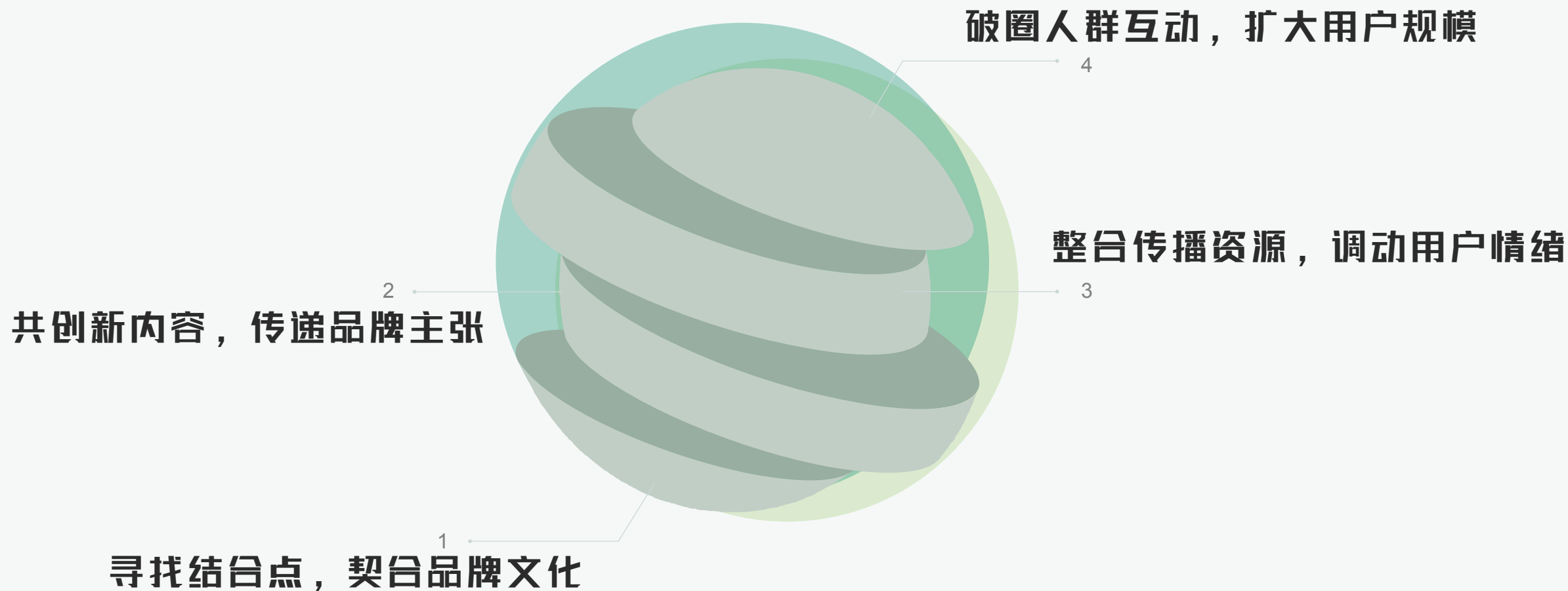
数据流动

用户数字化 产品数字化 场景数字化 生产数字化 营销数字化

公众号 / 视频号：
布兰德老白

品牌文化传播

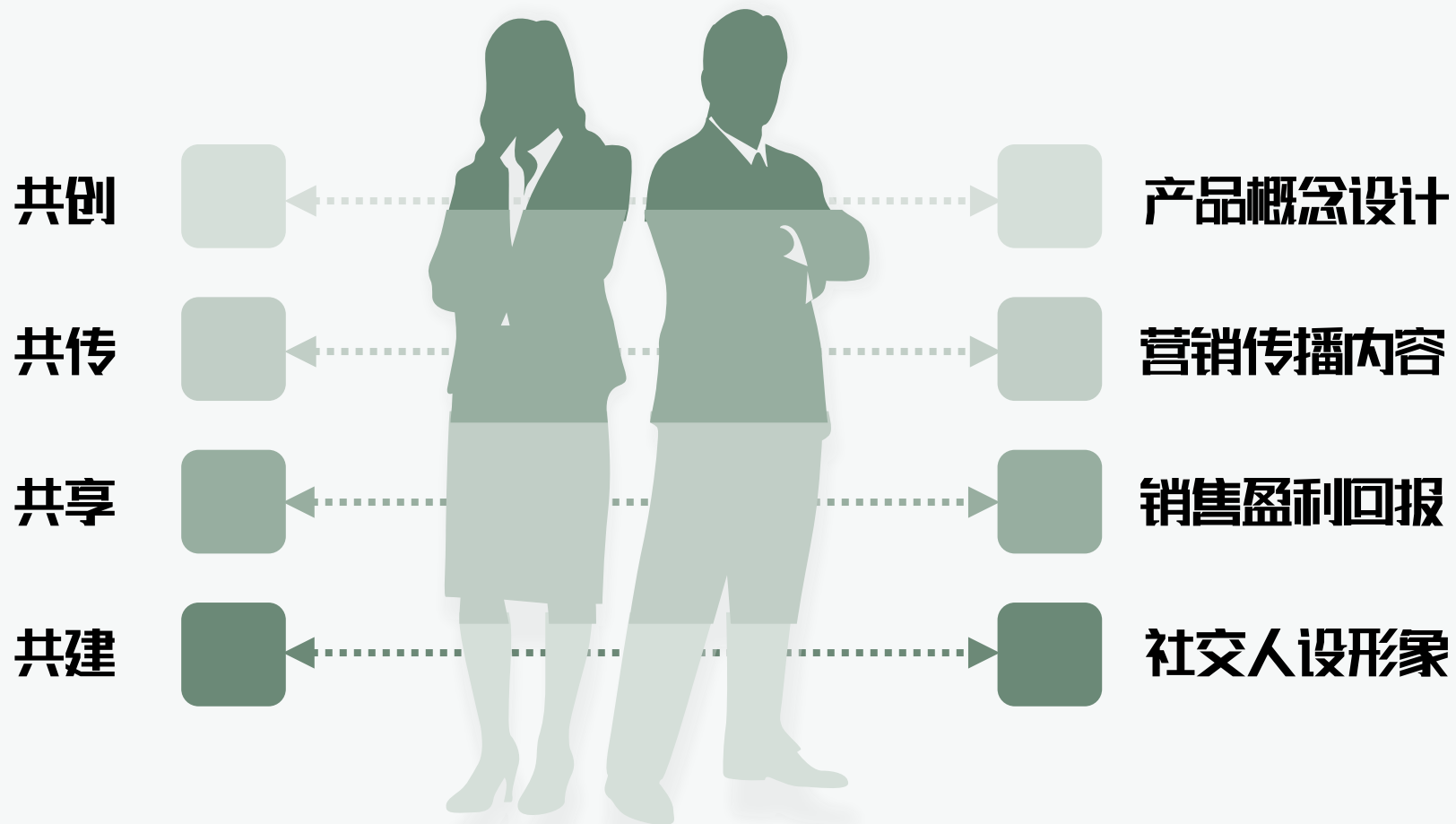
破圈传播



品牌文化传播

社交扩散

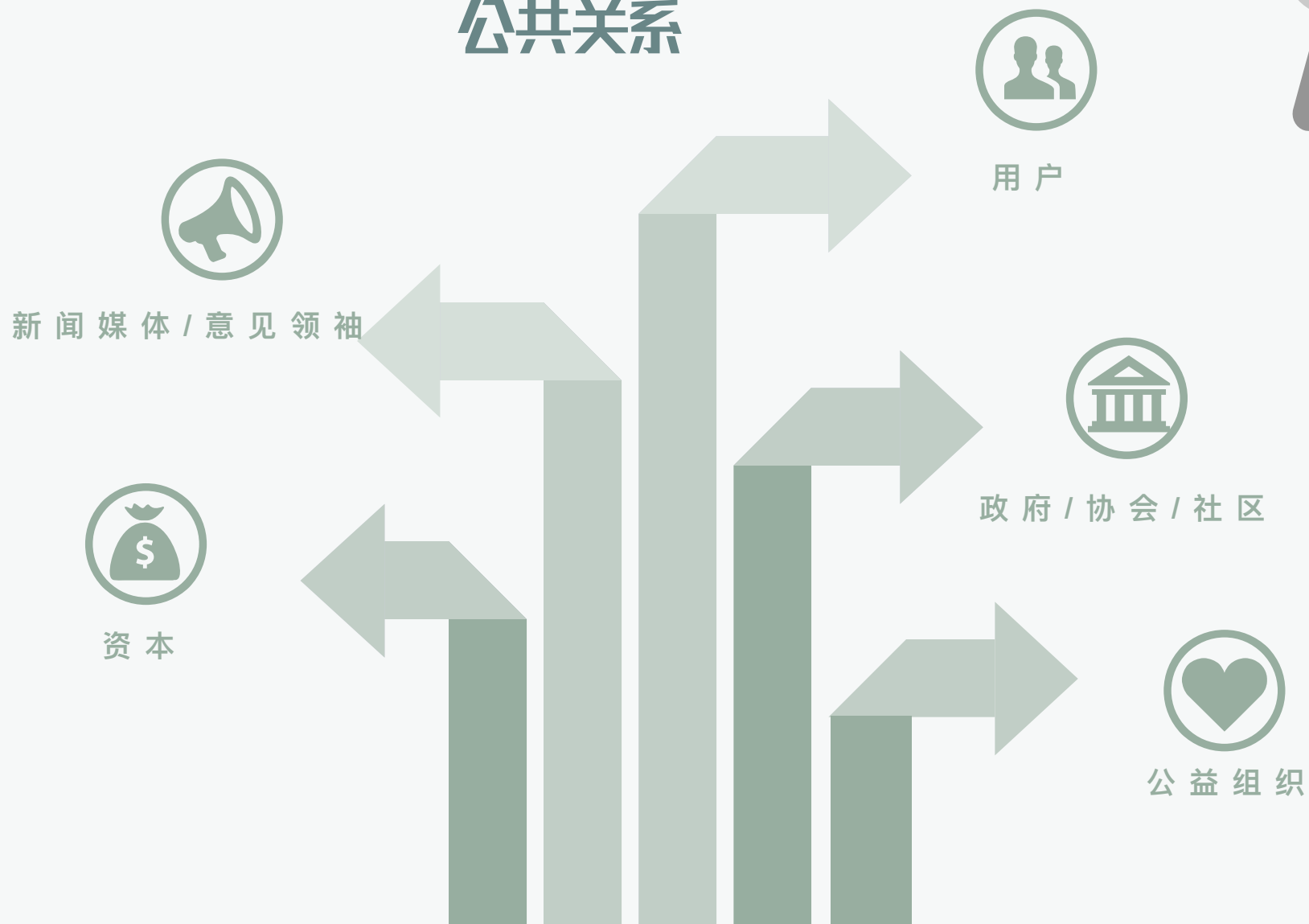
品牌与用户共生



品牌文化传播

大众热度

公共关系



公众号 / 视频号：
布兰德老白

品牌文化传播

文化持续

可持续发展

