

保成邦，帮企业。全案项目表

第1部分. 资源研究梳理

目的：明确企业状态，和诉求，为规划建设提供依据，为经营管理建立共识，为建设推广提供素材。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
1	项目资源研究	30个工作日	1, 立项的契机和价值诉求 2, 经营目的, 事业领域, 经营目标	1, 引导经营者的认知 2, 协调经营者的决策要点 3, 统一资源配置意见
2	内部分析	20个工作日	3, 技术、产品、管理、营销和行业态势的研究 4, 产品类别、技术含量、技术竞争 5, 硬件规模、生产加工、人力资源、工艺成本 6, 销售网点、管理工具、经济效益等 7, 列举企业的优势、内部问题、企业的潜力等 8, 为发展建设工作提供分析文本	4, 形成文件PPT ≤40P

第2部分.市场研究分析

说明：共同参与，系统地比较；分析市场竞争及态势，规划可行性路线，达成市场理解和布局的统一意见。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
3	市场信息分析	10个工作日	1, 关联产品、竞争对手技术研究; 2, 成功品牌成长研究; 3, 创新品牌形象战略研究。 4, 行业龙头、行业潜力、行业瓶颈; 5, 产品范畴、竞争对手、技术屏障; 6, 品牌屏障、行业习惯、价格体系; 7, 产品质量、品牌形象、品牌传播、营销管理等。	1, 开拓决策者认知 2, 达成合作者共识 3, 明确市场方向 4, 达成战略路线 5, 形成市场设想和分工 6, 形成文件PPT≤40P
4	终端渠道研究	10个工作日		
5	行业市场分析	20个工作日		
	市场份额分析	20个工作日		
6	企业品牌姿态	10个工作日	8, 通过市场调查、网络搜索、行业杂志等渠道调研; 9, 列举质量、价格、外观、包装、广告; 10, 列举视觉要素、营销方法; 11, 例举管理文化、终端传播等多条目的对比表格。 12, 统计总结分析。	

第3部分.项目战略规划

说明：布局，战略制胜；规划，战术落地；指定如何经营和发展的“全局”计划。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
7	项目战略规划	20个工作日	1, 资本投入、成本控制、产品格局;	1, 引导经营者的战略格局
8	项目战术策划	30个工作日	2, 品牌定位、核心价值、品牌附加值、品牌延伸; 3, 副品牌、多元化。 4, 品牌的营销、管理、形象; 5, 塑造品牌联想、个性、美誉度、忠诚度; 6, 明确宣传概念 7, 系统化的推广方法。	2, 协调决策层的决策规则 3, 产品、人力、资本的布局 6, 形成文件PPT ≤80P

第4部分.品牌多维定位

说明：协助表达企业意图，叫响多个环节的定位，打造核心和亮点。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
9	定位阐述	20个工作日	<p>市场范畴、市场范围; 受众对象、受众心理、消费心理; 价格定位、利润空间等。</p> <p>以战略的眼光，科学的市场分析， 把市场定位、形象定位、价格定位明确化， 并形成系统化的体系， 为经营提供明确的思路和明确的方法。</p>	<p>1, 纠正决策层错误认知 2, 确立核心要点 3, 细分落实成为工具</p> <p>6, 形成文件PPT ≤28P</p>

第5部分.组合产品企划

说明：明确我们的产品（系列化）应该是什么样的，实现市场需求的产品的的方式如何，为研发和管理导入（管理）规范。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
10	产品特征研究	7个工作日	产品特色、时潮流尚、形象规范、设计延伸等； 多方面的研讨和限定，以及产品的规范化体系。 制定明确的特色的产品体系， 让产品“定位合理、方向明确”。	1, 决策层认知引导 2, 管理层关系协调 3, 形成文件PPT ≤40P
11	产品卖点提炼	20个工作日		
12	产品规范体系	15个工作日		
13	产品企划管理	15个工作日	提出一个规划及管理的程序文件，形成系统的 1.市场企划 2.概念开发 3.功能开发 4.技术开发 5.工业造型 6.品牌形象 系统的管理体系。	1, 分工即决策机制 2, 形成系统化管理模块 3, 形成文件PPT ≤40P

第6部分. 形象识别规划 (渊源、命名)

说明: 满足品牌策略, 开发品牌形象要点。品牌形象设计的研究, 及深入。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
1	品牌形象基因	10个工作日	切合产品特色, 以战略的眼光, 剖析品牌形象的成长要素, 明确竞争力和传播力的要点。	1, 引导决策层认知 2, 传播吹风会 3, 高效传播机制
2	形象战略表达	7个工作日	规划品牌运营方法及战略工具, 明确品牌形象战略。	4, 形成文件PPT ≤30P
3	英文/中文	20个工作日	注册: 英文、中文取名, 达到“好讲、好看、好记、好想”。	
4	品牌识别传播	10个工作日	从品牌成长需求出发, 研究品牌内涵文化, 塑造品牌情感关联的视觉心理要素。 在影响力、亲和力、价值感、品牌气质、归属感等方面, 为品牌塑造传播要素。 传播要素及形象载体确立, 包括企业和品牌的传播文化。	

第7部分. 品牌形象设计

说明：形象设计具体实施。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
1	视觉基础系统	15工作日	<p>标志符号设计、中文名形体设计、英文名形体设计、标准色设计、辅助设计..... 完成品牌整合传播的美学要点， 明确形象载体表现规范。</p> <p>形成：形体规范、色彩规范、组合规范。 共45个基本规范项目 (过程中规划，规划合理项目)</p>	<p>1, 提案 2, 基础规范系统手册</p>
2	视觉应用系统	30工作日	<p>产品辅料、包装物料等应用设计， 形成特色的、唯美的、规范的， 并符合品牌气质的应用物品设计。</p> <p>包含： 1.办公事务用品； 2.公关礼仪用品； 3.服饰配饰用品 4.交通运输用品； 5.环境导示用品； 6.展示卖场用品 7.包装物料用品； 8.广告宣传用品</p> <p>共120个常用项目 (过程中选择必用项目)</p>	<p>1, 提案 2, 应用规范系统手册</p>

第8部分. 品牌推广物料

说明：品牌推广具体实施，形成规范形式，并有效推广特色亮点。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
1	形象纸品	45个工作日	品牌形象画册、策划拍摄设计 60P以内（文本、拍摄、设计）	印刷打样+数字文件
2	产品型录	40个工作日	产品目录、策划拍摄设计 80P以内（文本、拍摄、设计）	印刷文件
3	形象网站	20个工作日	商务形象网站+ 商务定单（开源）	数字文件
4	媒体片	60个工作日	形象片 + 品牌概念片 + 介绍片（模特另计） 5分钟+15分钟+3分钟X5条	数字文件
5	终端宣传	20个工作日	市场终端 20个版面以内，DM、海报、X展架、店面POP等	数字文件

第9部分. 品牌空间展示展会

说明：重点是卖场、企业展厅、展览会。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
1	展示会	25个工作日	布局图，单体图，效果图，施工图，施工指导..... 设计有传播主题、迎合品牌旗帜、符合品牌定位、满足销售功能的品牌卖场形象及详细的道具制作式样及材料、工艺等。 形成品牌空间体系SIS。	SI 体系手册
2	展示牌			
3	展示台			
4	展示厅			
5	单件柜体 店中店...			
6	虚拟（沙盘）规划 基地沙盘	25个工作日	效果图，布局图.....	电子文件

第10部分. 品牌营销体系

说明：结合经营实际，建立营销模版，规划营销计划，辅助监管计划实施。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
1	营销模式	45个工作日	形成计划和战略方案， 关联人员组织、战略方法、工作方法、组织结构； 岗位职能、营销流程、营销方式、加盟政策； 激励制度、法律依据； 推广体系、保障体系等环节。	形成营销模式、 招商手册、加盟手册等
2	运营手册	20个工作日	包含产品特征、形象规范、营销规范等内容	形成运营手册
3	品牌推广计划	20个工作日	形成品牌计划和实施方案和管理方法。	计划书
4	媒介执行	25个工作日	形成媒体计划和实行方案，包括活动和社会公关，	计划书
5	营销执行策划	30个工作日	系统规划未来12个月的招商、合作、宣传、活动； 帮助解决营销关系， 形成系统的营销推广策略及执行办法。	12个月内的 营销执行方案书

第11部分. 品牌管理顾问

说明：形成要点，辅助执行，协助企业品牌团队建设和管控。

号	项目	时间	要点说明	成果说明
1	管理顾问	6个月内	顾问咨询，每月管理例会1次，每次2-4课时；	协助解决经营推广问题
2	品牌运营顾问	6个月内	顾问咨询，每月管理例会1次，每次2-4课时；	

感谢!

征程，又在一个高的起点，这次思维和方法分享是我们的荣耀。敬请逐步落实执行，此致深深感谢。

完善!

如果您正在阅读这个规划，并且想新增内容或纠正某些信息，请不必犹豫。