

恩特5C人才共享计划

杭州恩特广告策划有限公司2009年创立,专注于品牌营销策划。恩特不仅在营销上有独特的建树,创立了针对中国人感性思维的《感性学营销》,并将中西方文化通过大全的哲学思辨方式融入到《企业经营哲学》思想体系中,为中国企业的营销管理实践拓展了全新的思路。

恩特在提供品牌营销全案服务时,基于企业所处的行业环境,针对企业快速性的成长要求,通过全案或年度顾问服务,培育企业把握品牌营销整体知识体系的方式,增强企业对具体策略方案的实施水平,有效解决企业面临的外部环境过度竞争、品牌营销力弱以及内部管理能力不足造成的成本过高的压力。

关于恩特

我们的优势

专业-感性学理论

基于公司战略的理想，品牌承载着这一理想的实现；对于消费者，品牌不仅是满足生理与情感的需求，更是伦理的、人性的关怀；因此，我们不只在品牌上看待品牌，我们需要从战略上看待品牌化路程，更需要更加关注品牌的哲学性；为此，我们建立了自己的感性学理论体系。

经验-从管理到咨询

我们具有国际广告公司的从业经历；并且在企业从事战略决策与企业管理，我们熟知每个策略落地的挑战与对策，因此总能让文化、战略、品牌营销在销售上有良好的业绩表现。

思想-让品牌有生命

每个人都有思想，但不是每个思想都有一个对世界全新的理解；让心灵在各个学科之间自由穿行，去思想思想，唯此，我们才能知道品牌与物的经济学效用关系、与人存在的哲学关系。因此，唯有那哲学思想才是品牌生命的泉源。



《感性学营销》的五种存在方式：

- 1、意识触发 (注意)：模糊印象产生不充分的知觉；
——表象的日常性与无差别性
- 2、意向重构 (理解)：意向性建构形成的意义指向；
——有差别的认识，模糊到概念
- 3、自然生长 (愉悦)：感性中的自然信念；
——展现方式的有机性
- 4、物事相符 (合适)：形式与内容统一且符合认识；
——思有的同一，个别性
- 5、事实生命 (关心)：让消费者有事实相关的关心；
——“身心交感”的行动

感性学营销：感性就是感官意识，意识就是主体，感性学营销就是满足主体。

恩特部分客户



关于5C

CEO

首席执行官
(战略指导)

COO

首席运营官
(运营指导)

CMO

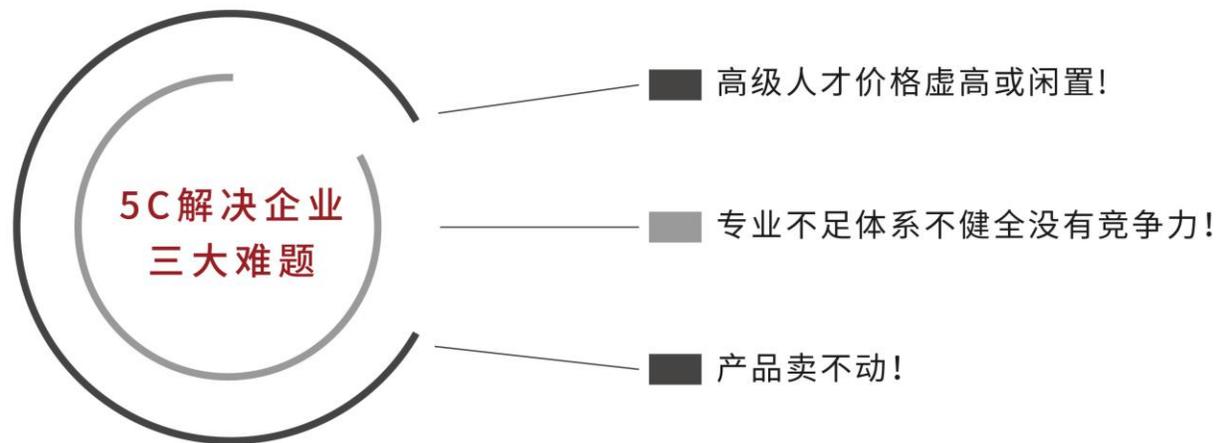
首席营销官
(营销指导)

CBO

首席品牌官
(品牌指导)

CKO

首席知识官
(文化指导)





5C共享让您获得三大价值

降低管理成本

人才资源配置更合理

增强竞争优势

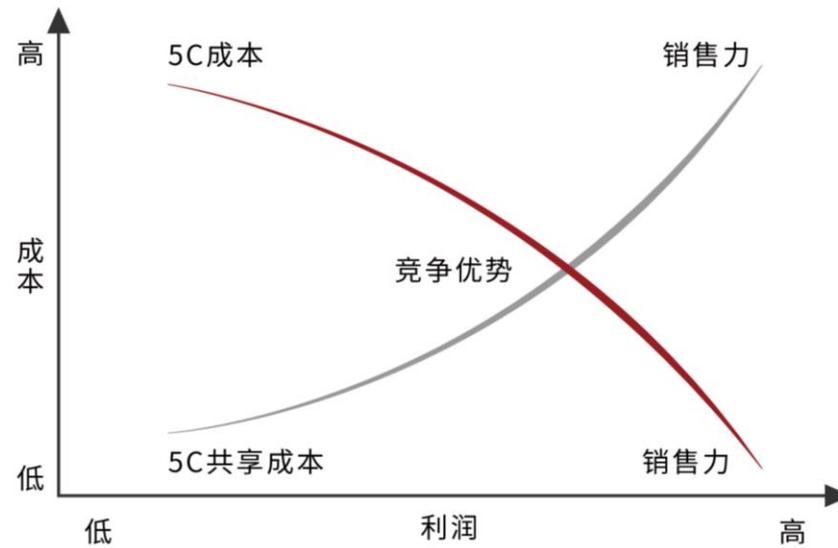
外脑专业程度更高

销售力提升

全面的人才咨询支持

5C适合服务对象：

- ◇ 初创型企业；
- ◇ 高级经营管理人才不足或团队不稳定的企业；
- ◇ 公司战略、商业模式、品牌、营销策略不清晰的企业；
- ◇ 市场、渠道、招商、传播策略与文案执行能力较弱的企业。

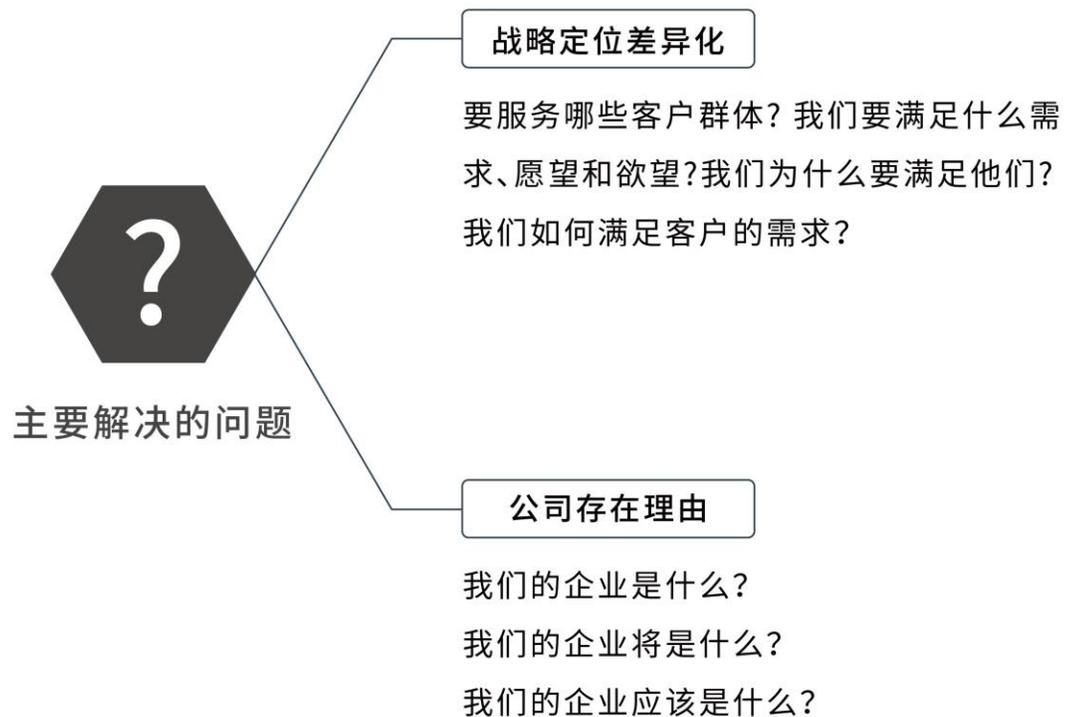


5C成本=薪资+费用=30-50万/人/年 \diamond 5人=150-250万/年

5C共享成本=年度顾问费=1个普通员工薪水 = 6-24万/年

5C人才共享年度服务内容

一、公司竞争战略及目标指导



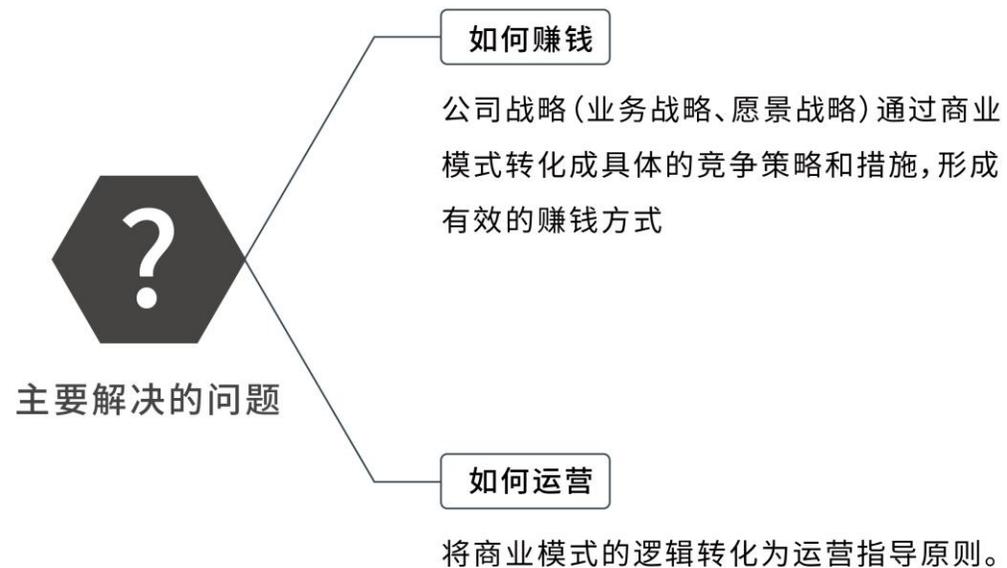
主要工作内容：

- 1、如何制定能匹配资源能力的战略，并将它通过使命、愿景的方式呈现出来？通过调研分析，针对公司资源与能力，在竞争优势条件下，识别服务的客户群体、需要满足的欲望，确保战略选择的方向正确；
- 2、检查执行战略执行是否偏差，公司是否持续建构有效的价值差异化、成本轮廓清晰，提升公司的竞争力。指导原则，通过描述公司使命、愿景及战略目标建立指导原则。

主要工作成果：

- ◇ 企业价值取向
- ◇ 成本轮廓
- ◇ 愿景、使命及目标陈述
- ◇ 建立战略指导原则

二、模式及运营指导



主要工作内容：

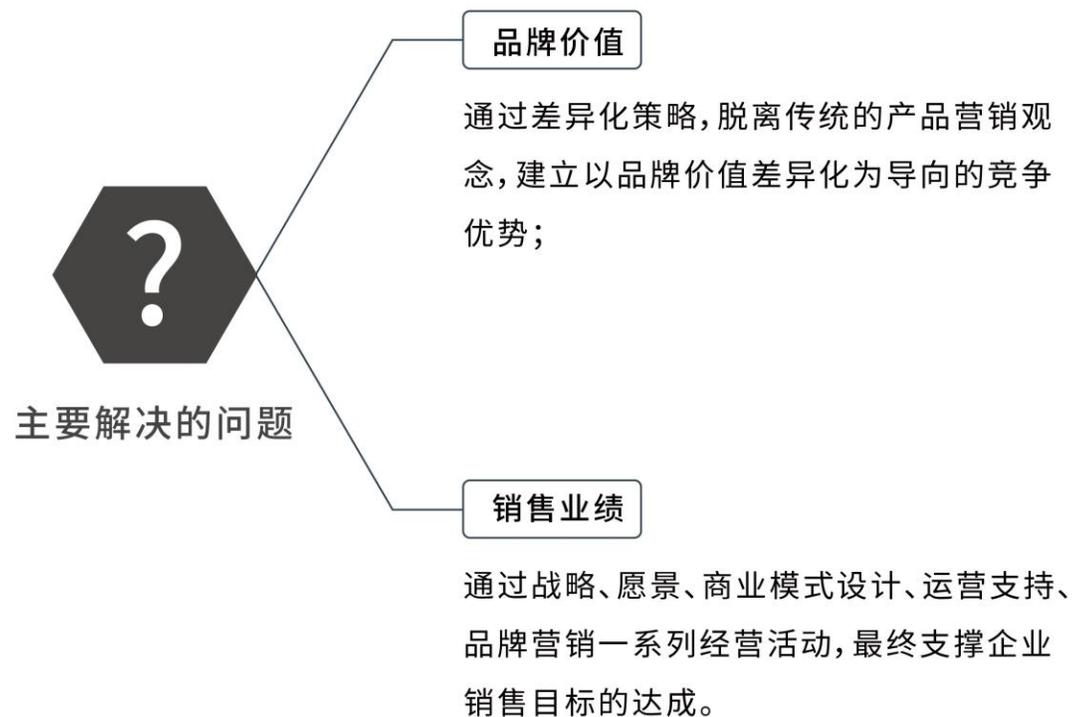
将战略转化为合理的商业模式，并制定出有效的运营体系。

根据业务战略、使命，梳理出业务逻辑，勾勒出公司的商业模式形态，给出组织、资源相关的匹配的运营建议；找出公司在价值链中的位置，指导建议盈利模式；建立有效运营机制，建立组织运营架构，初步完善运营流程。

主要工作成果：

- ◇ 盈利模式设计：找出公司在价值链中的位置，指导建议盈利模式；
- ◇ 建立运营机制：建立运营组织架构，指导设计运营流程与绩效。

三、品牌营销策略指导



主要工作内容：

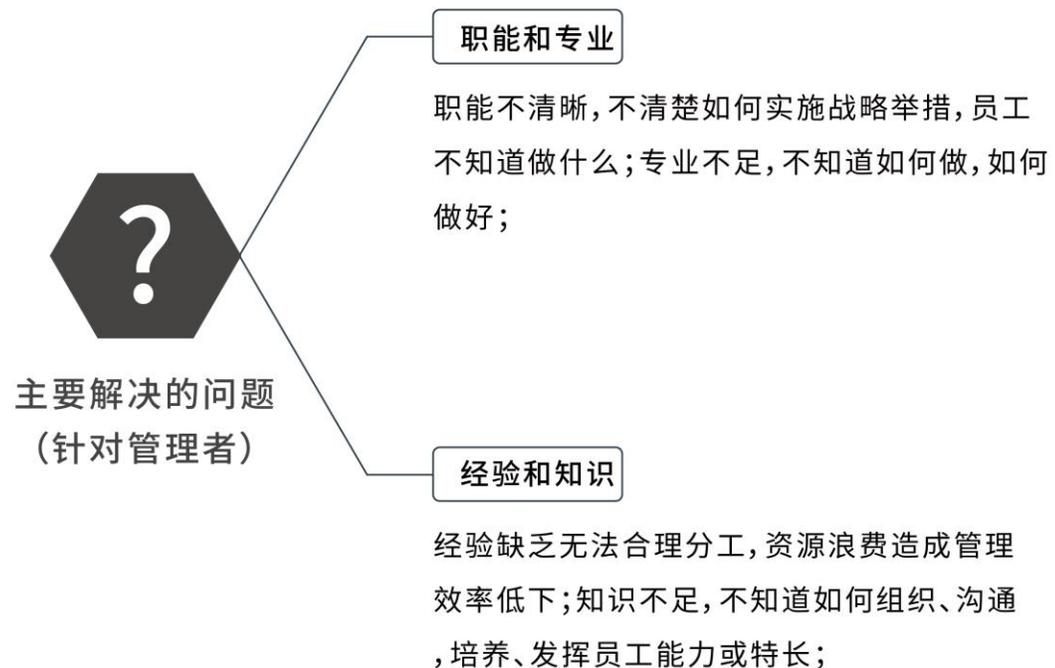
从产品营销转向建立以品牌营销为竞争导向的竞争策略，提高公司差异化营销水平，提升竞争能力。建立品牌营销策略的价值竞争体系，建立销售体系，保障职能战略对公司战略的执行。

- A、品牌承诺、品牌定位、品牌故事陈述；
- B、品牌核心内涵建议、形象定位建议；
- C、年度传播策略建议，包括主题、内容界定、传播节点、接触点设计；
- D、产品策略、价格策略以及渠道策略建议；
- E、销售指导，包括销售流程、团队及绩效管理建议；
- F、网络营销指导，包括内容营销、社会化营销、数字化营销。

主要工作成果：

- ◇ 品牌策略：品牌定位建议、品牌定位陈述、品牌广告语、品牌形象定位示范、年度传播策略建议；
- ◇ 营销策略：A、产品策略：新产品策略、产品组合策略、产品卖点提炼方法、产品推介与演示方式；
B、价格策略：价格定位策略、定价组合策略、定价方法、价格调整策略；
C、渠道策略：渠道模式、渠道管理、渠道招商；
- ◇ 销售体系：销售部门架构、销售管理流程、销售话术规范、销售绩效。

四、日常管理建议



主要工作内容：

各项策略执行,在日常运营管理中遇到的各种问题,给出指导建议;包括组织流程、品牌营销策略、销售以及日常运营流程优化;

主要工作成果：

通过解决日常运营存在的各种专业、管理经验的不足，提高经营效率。

服务方式及流程

服务方式：

现场办公(会议、工作指导)+网络在线工作指导

服务流程：

意向洽谈→签订协议→内部调研→诊断交流→确定工作方向→给出工作方案或建议→日常方案执行检查和指导

服务说明

以上服务方式为项目会议沟通、项目口头建议形成会议记录，内容输出仅限于使命、愿景、商业模式及运营流程图、品牌定位陈述等；如需要更多具体方案，需要以项目合作方式进行合作。

根据企业需要签订年度服务合同。自签订年度服务合同之日起，恩特将以年度为单位，按照时间节点为企业提供各项年度服务。每月通过预约方式，上门参加项目会议或管理会议，每月驻场服务时间为2-4个工作日。其它非驻场的日常指导性工作的沟通方式为微信、电话、邮件等工具进行。

服务费用

5000-20000元RMB/月(视最终选择的服务内容确定)。不包含诸如差旅费以及第三方各种材料或制作费用,有出差需求费用另计。

立即致电:18767108516

杭州市学院路77号黄龙万科中心B座7F-135



微信咨询



关注公众号