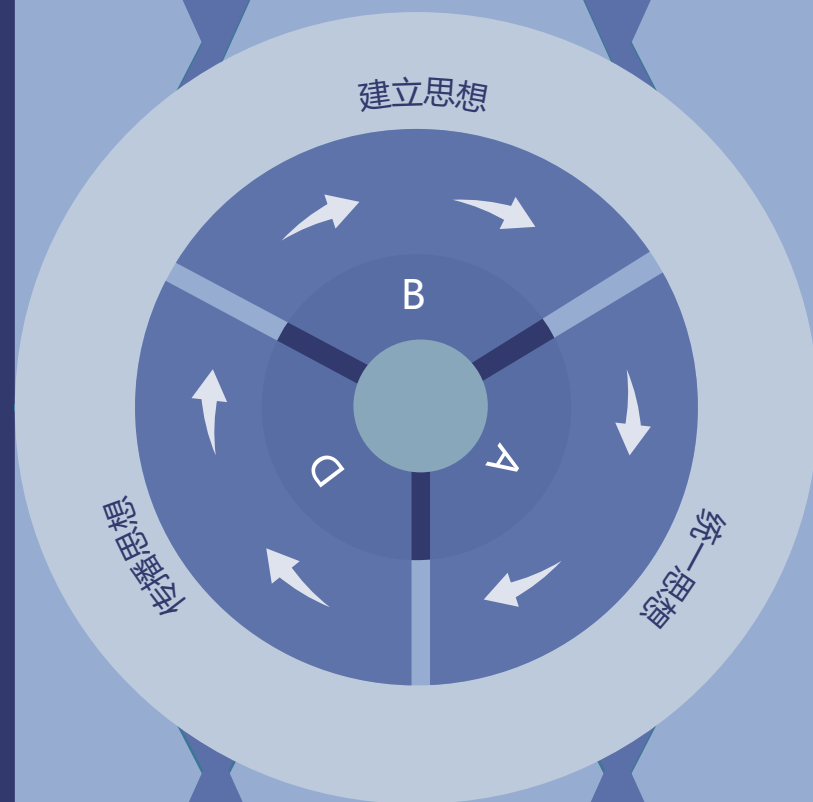


《无美好不品牌》

B.A.D 战略落地实战营

从内耗到丰盛：商业修道者的觉醒之旅



从混乱的战术堆砌迈向清晰的价值输出



We articulate a purpose to give meaning and coherence to the work you do. Then we build a brand around that purpose that enables people to change themselves, their organizations, and society from the inside out!

此课程将帮助你的事业阐明一个目标，为你所做的工作赋予意义和连贯性，然后围绕这个目标建立一个品牌，使人们能够从内到外的让自己、我们的组织和客户，以及这个世界变得更加的美好！

课程总目标

- 帮助学员企业打破“向外抓取”的匮乏模式，向内建立基于“利他”的高维思想内核；
- 打通组织内部能量，建立表里如一的文化磁场；
- 重塑营销逻辑，用真诚与爱赢得持久的品牌回响。

课前准备

- 必读：通读《无美好不品牌》全书。
- 作业：完成书中第四章的“潜意识限制性信念”自查清单（翻土工程预热）。

学习体验

这不是讲座，而是一次协作式、行动驱动、小组式的学习之旅：

实时工作坊：

为期三天，与经验丰富的变革引导师一起参与互动讨论、真实场景练习和积极的小组反思。

分组讨论和小组辅导：

在迭代式变革场景中练习使用品牌战略打造，内部文化打造以及营销战略打造的工具包，并获得现场真实指导。

同伴学习网络：

与同行交流想法，促进经验分享，并为未来的项目建立可靠的支持网络。

可操作的反馈：

获得关于您在利益相关者协调、推广和持续应用方面的方法的即时反馈，确保您在课程结束后能够灵活调整 and 适应。

混乱的战术堆砌

你追赶了每一个营销新概念、纠结于每一个营销数字，但收效甚微，身心俱疲？你想推动团队，但小伙伴中很少有人像你一样一往无前？你越努力，就越焦虑？越接触各种品牌理念，反而越觉得自己没有“根”？



混乱的代价

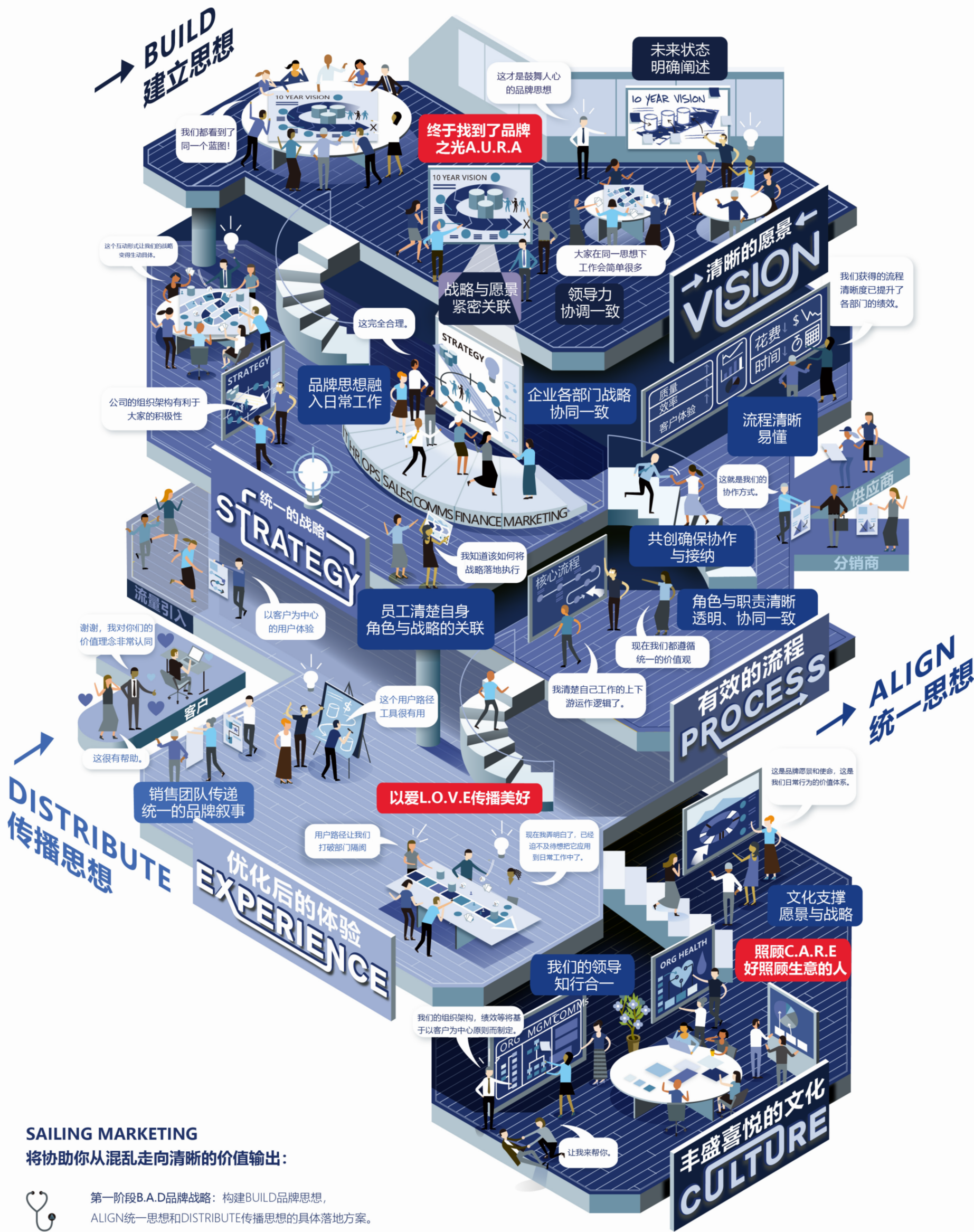
我们并没有意识到绝大多数人所谈的战略其实根本不是战略，而是战术加上一堆稀奇古怪的名词而已（比如，私域、种草），企业家们在这样的伪战略中空耗大量时间、金钱不说，更可怕的是迷失心性，甚至可以说是走火入魔。

很多企业家在千奇百怪的营销项目上花费大量精力、金钱，每天与繁杂的指标数据搏斗，与合作伙伴斗智斗勇、对员工软硬兼施，却始终徒劳无获，只落得身心俱疲；偶有所得，又害怕哪一天突然失去，惶惶不可终日。

美好品牌战略B.A.D将帮助你抓住事物的本质化繁为简，建立三个系统来实现其品牌力和吸引力，帮助你从“混乱的战术堆砌”走向“清晰的价值输出”，实现从“用时间换钱”走向“用价值创造美好人生和品牌”。

清晰的价值输出

企业若想可持续性发展，我们必须为事业阐明一个利他目标，为我们所做的工作赋予意义和连贯性，然后围绕这个目标建立一个品牌，使人们能够从内到外的让自己、我们的组织和客户，以及这个世界变得更加的美好！只有当创始人、团队与客户在同一价值观下行动时，组织才会进入“能量对齐”的共振状态，这时的品牌传播才能带来效能几何增长的回响，是人和人之间情感和价值的共鸣。当你停止用拼命和牺牲来换取金钱，转而用爱和服务去为他人创造价值时，财富会不请自来。



SAILING MARKETING

将协助你从混乱走向清晰的价值输出：



第一阶段B.A.D品牌战略：构建BUILD品牌思想，ALIGN统一思想和DISTRIBUTE传播思想的具体落地方案。



第二阶段品牌图文设计：围绕品牌思想进行内部外触点的图文设计。



第三阶段落地执行：协助组织变革落地品牌价值由内而外的输出。

SAILING MARKETING INC

BUILD 建立思想 ——（觉醒日：重塑商业的因果内核）

核心主题：

停止“许愿”，开始“发愿”。从“镰刀模式”跃迁至“手术刀模式”。 对应模型： A.U.R.A.（光环模型）、A.C.E.（价值观标准） 能量基石（ROOTS）： 觉察与转念。

时间段	模块	内容焦点	形式
09:00-10:30	开篇：破局与觉醒	1. 痛苦的根源：为什么你越努力越焦虑？（SIN模式解析） 2. 底层逻辑重构：看不见的心性决定看得见的成败（因果与能量律）。 3. 核心隐喻：放下“镰刀”（抓取），拿起“手术刀”（修己）。	导师讲授 痛点共鸣
10:45-12:00	核心一：愿力的觉醒 (Re-evaluate)	1. 许愿 V.S. 发愿：你的愿景是乞讨还是担当？ 2. 案例拆解：Patagonia 等美好企业的愿力来源。 3. 实战演练：撕掉旧愿景，重新书写一个利他的宏大誓言。	案例教学 个人作业
13:30-15:00	核心二：价值观落地 (Accomplishment)	1. 重新定义运气：价值观是企业最好的风水。 2. A.C.E. 模型：如何制定丰盛、利他、可执行的价值观？ 3. 避坑指南：那些听起来正确但带有匮乏感的价值观陷阱。	方法论输出 小组讨论
15:15-17:00	工作坊：创始人的“手术刀”时刻	深度自我解剖： 引导学员依据新学的理念，诚实地审视自己过去商业决策背后的“起心动念”。找到阻碍企业发展的核心“限制性信念”（结合 ROOTS 章节）。	引导式冥想 深度分享 (建立信任场域)
17:00-17:30	Day 1 复盘与结语	今日能量卡点清理；布置明日思考题。	

ALIGN 统一思想 ——（修身日：打造高能的组织磁场）

核心主题：

照顾照顾好生意的人。“近者悦，远者来”。 对应模型： C.A.R.E.（关爱模型）、S.I.T.（落地模型） 能量基石（ROOTS）： 疏通关系，放下小我。

时间段	模块	内容焦点	形式
09:00-09:30	早课：能量调频	引导学员从 Beta 波（焦虑）切换到 Theta 波（创造）。	引导练习
09:30-11:00	核心三：领导者的修行 (C-Level)	1. CEO = 首席能量官： 你的状态就是组织的命运。 2. 拒绝分裂： 如何确保对内对外言行一致？ 3. 修身三字经： 志于道，据于德，依于仁的实战应用。	导师讲授 领导力自评
11:15-12:30	核心四：激活品牌大使 (Ambassador)	1. 颠覆认知： 告别“雇佣兵”，培养“信徒”。 2. C.A.R.E.模型详解： 如何用关爱取代控制？ 3. D.E.F.关怀体系： 法布施（意义）、无畏布施（安全感）、财布施（薪酬）的落地。	案例分析 工具表单
13:30-15:30	工作坊：组织内耗“大扫除”	组织诊断共创会： 1. 识别内部的“能量淤堵点”（部门墙、错误的KPI、分裂的制度）。 2. 重构指挥棒： 如何设计体现“利他”的考核指标（引入 NPS/客户体验指标）？	小组PK 方案共创
15:45-17:00	核心五：释放与赋能 (Release & Empower)	1. 疏通三层关系： 化解小我冲突，建立战友关系。 2. 架构重组： 从职能导向转向客户旅程导向（S.I.T模型）。	实战工具箱
17:00-17:30	Day 2 复盘与结语	1. 今日能量卡点清理； 2. 布置明日思考题。	

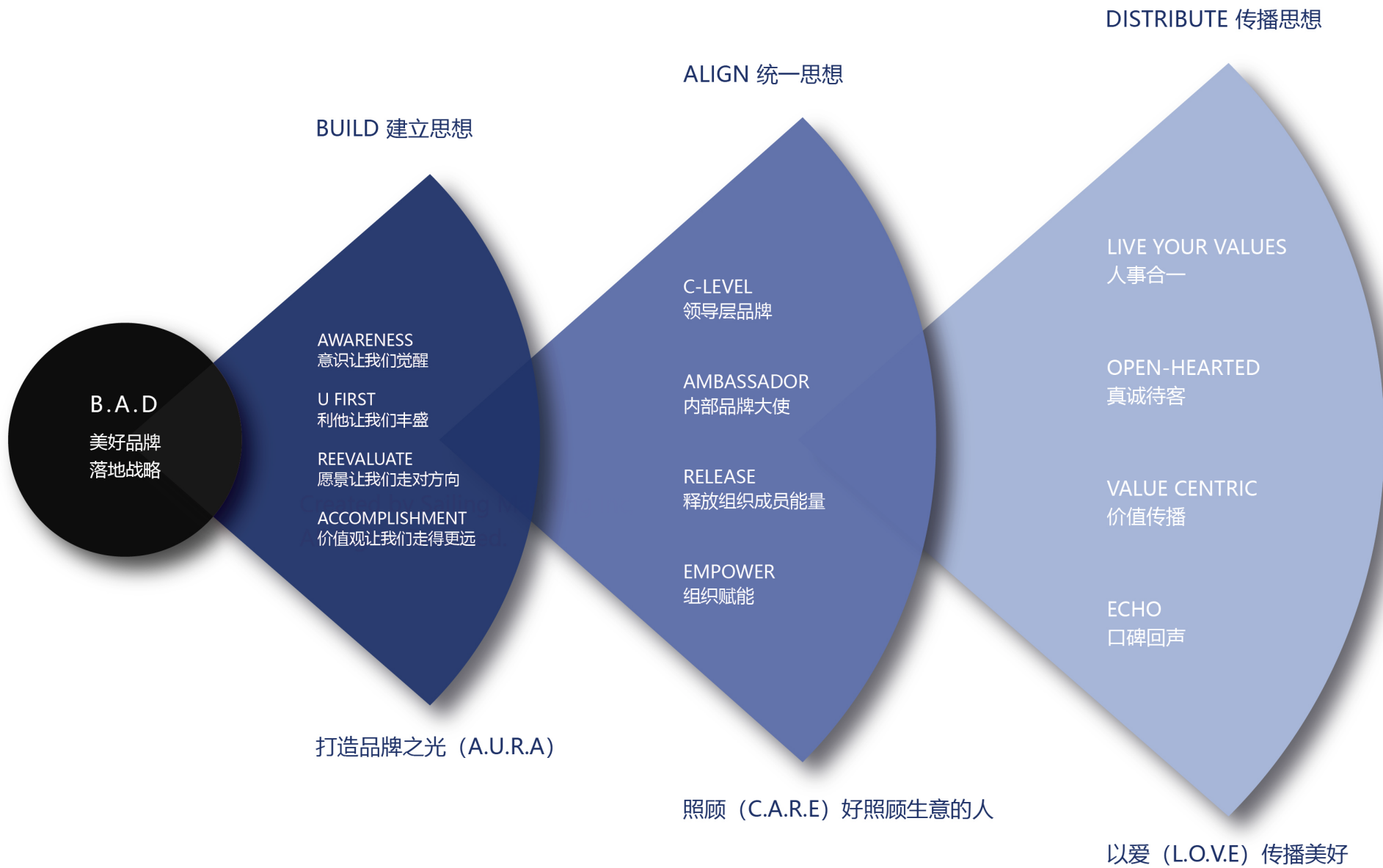
DISTRIBUTE 传播思想 ——(发声日：创造爱的商业回响)

核心主题：

营销的终极算法是“爱”。从“说服”走向“邀请”。对应模型： L.O.V.E. (爱之闭环) 能量基石 (ROOTS)： 因上努力，果上随缘（臣服）。

时间段	模块	内容焦点	形式
09:00-09:30	早课：感恩链接	发送感恩信息给核心团队或客户，体验能量流动。	实操练习
09:30-11:00	核心六：营销范式的革命 (Live & Value)	1. L.O.V.E.模型总览： 营销不是术，是德的外溢。 2. 人事合一： 最好的广告是你活出来的样子。 3. 价值连接： 停止向所有人推销，开始向同频人“布道”。	导师讲授 反面案例警示
11:15-12:30	核心七：关键时刻的设计 (Open-Hearted)	1. 真诚待客： 为什么效率不能牺牲温度？ 2. 关键时刻 (MOT)： 识别客户旅程中的峰终体验点。 3. 服务SOP升级： 如何在标准化流程中注入“灵魂”（Theta波创新）？	视频案例 工具导入
13:30-15:30	工作坊：客户旅程共创会 (5P实战)	“美好体验”设计冲刺： 分组选择一个真实业务场景，运用书中的 5P 流程，设计一个能体现品牌关爱、创造惊喜的“关键时刻”方案。	分组实战 导师点评
15:45-16:30	核心八：回声与因果 (Echo)	1. 口碑的真相： 爱出者爱返。 2. 信任经济学： 如何通过暴露不足来建立更深的信任？ 3. 终极智慧： 放下对结果的控制，专注于耕耘“因”。	深度总结 能量升维
16:30-17:30	结营仪式：B.A.D.践行者誓师	1. 学员分享三天最大的顿悟。 2. 颁发“美好品牌”结业证书。 3. Tony 老师寄语：无美好，不品牌。	情感连接 能量加持

战略阶段	解决的核心问题	核心概念	目的和成果
BUILD 建立思想	商业如何存在（立心之本）	A.U.R.A. (光环)	确定超越盈利的崇高使命、愿景和价值观，调整内在能量频率，从匮乏转向丰盛。
ALIGN 统一思想	企业如何驱动（修身之道）	C.A.R.E. (关爱)	将使命和价值观融入组织文化、领导力和制度，确保言行一致，消除内耗，打造高能组织。
DISTRIBUTE 传播思想	企业如何被感知（发声之术）	L.O.V.E. (爱)	将营销视为价值观的外溢，通过卓越的客户体验和价值共鸣吸引同频社群，获得长期信任和口碑增长。



结语

品牌的塑造是您为您新的或是已有的业务能做的最重要的事情之一。

一个扎实的品牌塑造流程能够将您的企业从市场的小型参与者转变为成功的竞争者。

We articulate a purpose to give meaning and coherence to the work you do. Then we build a brand around that purpose that enables people to change themselves, their organizations, and society from the inside out!

SAILING MARKETING为你的事业阐明一个目标，为你所做的工作赋予意义和连贯性，然后围绕这个目标建立一个品牌，使人们能够从内到外的让自己、我们的组织和客户，以及这个世界变得更加的美好！

去打造一个高效的品牌，并讲述您的故事吧！



您为品牌塑造做出的努力有何进展？

我们很乐意倾听您的意见。

WWW.SAILINGMARKETING.US

B.A.D美好品牌创立者

打造美好品牌 赢得全球尊重

SAILING MARKETING INC

520 Broadway, Santa Monica, CA 90401, USA

美国公司注册号：C4015754.