

KJJ Cognitive Warfare Strategic and Tactical

认知战 战略管理 战术设计 战术实施 战术装备



建立认知战战略忠诚度 四个阶段

受众数量



相逢

相识

相持

相守

受众忠诚度



Cognitive Warfare

KJJ Cognitive Warfare Strategic and Tactical Design & Apply

认知战 战略管理 战术设计 战术实施

10⁺
年认知研究

TOP
GLOBAL / CN
1/10

超级
SUPER COGNITION
认知



1、相逢

在认知交锋的序幕中，人与人的初遇犹如战略启航的初次印象，名字、外貌与行为三大要素至关重要。于认知战战略而言，战略名即是初次接触中的响亮称号，需独树一帜；战略视觉系统，涵盖主色调、LOGO、标准字、专用字、吉祥物及广告媒体，犹如外貌展示，需和谐统一且个性鲜明。而战略行为系统，则包括组织管理、行为规范、公共关系与服务水平，恰似行为举止，需严谨有序，展现专业风采。

差异化的战略名、视觉设计与行为模式，如同初次相逢中的独特印记，深刻烙印于人心。认知战战略的“外在工程”，虽不求极致华丽，但务必保持独特性与一致性的完美融合，以独特的姿态，在认知战场上留下不可磨灭的印象。

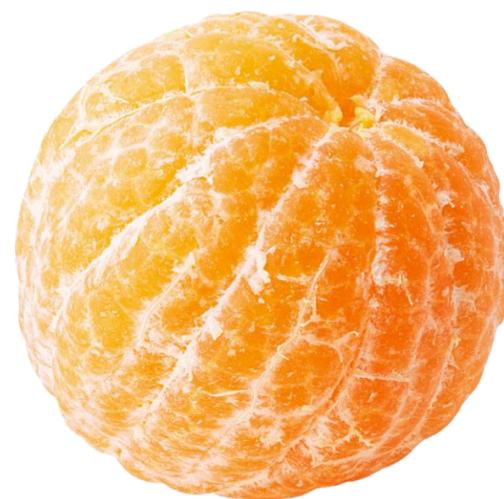




2、相识

相识,于认知战战略而言,是战略与受众间价值共鸣的桥梁。品牌价值认同构建于两大基石之上:其一为战术功能性认同,旨在凸显认知战战术的独到优势,犹如利剑出鞘,一击即中;其二为战略理念认同,深入挖掘并触动人心深处的情感共鸣点,如春风化雨,润物无声。优势与触点,二者择一而精,过多则繁,难以铭记,亦难撼动人心。

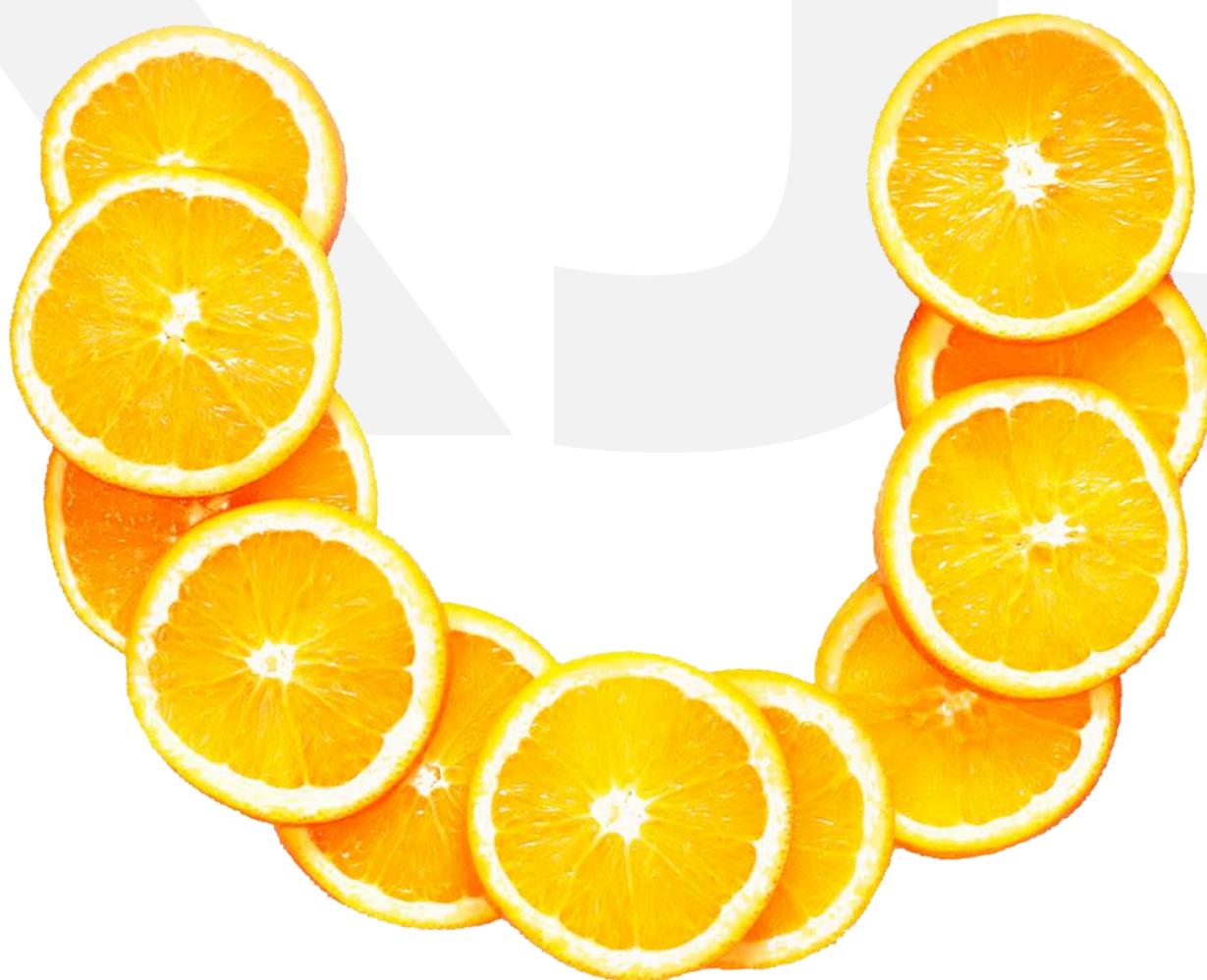
认知战战略以此优势与触点为媒,与受众展开深度对话,此即认知战战术传播的精髓所在。受众对战略的认知深度,直接关联于认知战战略能否精准定位、有效传达其核心价值与独特魅力。因此,战略需精心策划,确保每一环节都能精准触达受众,深化其认知,从而构建起坚不可摧的品牌价值认同体系。





3、相持

相知与相持铺就相守之路，当步入相守之境，受众与认知战战略间构筑起牢不可破的黏性纽带。此时，战略化身为受众彰显个性身份、抒发自我态度的独特标签，促使受众主动承担起传播者的角色，驱动着受众群体呈指数级扩张，战场成效也随之显著提升。在这一阶段，强化认知战战略的鲜明调性尤为关键，它如同战略的灵魂印记，调性愈鲜明，相守的期限便愈长久，共同书写着战略与受众间不朽的相守篇章。





4、相守

赢得新受众之耗，十倍于维系旧友之资：新受众接纳新认知战战术之几率，仅五成之一，而旧识之中推广，成功率则飙升至九成之高。故维护受众留存，深化战略忠诚度，实为认知战战略之终极愿景。持久相守，既为哲学之思辨——理念价值之探寻，亦是心理学之深究；它不仅要求对人性的敏锐洞察，更是一门精细的技术艺术。在此征程中，认知战战术之精妙运用，每一环节皆不可或缺。

