

重新定义营销：互联网+体验营销

【课程背景】

产品时代，酒香不怕巷子深，皇帝的女儿不愁嫁。随着商品经济的发展，竞争加剧，各种销售手法层出不穷，其中以体验式销售生命力最强。随市场经济的发展，体验式销售进一步发展，体验营销开始风靡全球。

如今，无体验，不营销。体验营销是每个品牌商和每个销售商必须运用的强大武器。随着互联网+的落地和VR技术的成熟，体验营销也不断发展，互联网+体验营销将成为企业必选题。因此，深度理解互联网+的体验营销并娴熟运用是每个企业和营销人的必修课。

【授课时长】

1~2天 (6~12小时)

【授课对象】

总裁、营销总监、营销人员、销售人员、销售商家

【课程特色】

课堂讲授、互动点评、案例分析、模拟演练

【课程大纲】

一、体验营销的经典案例

- 1.宝洁和旺旺的体验营销
- 2.星巴克的体验营销有何秘诀
- 3.海底捞的体验营销如何成就口碑

二、体验营销是时代的必然发展

- 1.从产品时代到体验时代
- 2.从关心温饱到关心生活幸福感
- 3.从产品和服务的同质化到体验的差异化
- 4.从线下体验到互联网时代的线上体验
- 5.从二维体验到互联网时代的立体体验

三、体验营销是客户价值的升华

- 1.体验营销属于客户价值理论范畴
- 2.除了满足顾客，还必须取悦顾客
- 3.体验营销是公司文化的完美诠释

四、体验营销的实施方向与策略

- 1.体验营销的核心前提是有好产品
- 2.从提升客户总价值上开展体验营销
- 3.从降低客户总成本上开展体验营销

- 4.从提升消费幸福感上开展体验营销
- 5.从业务价值上开展体验营销
- 6.从非业务价值上开展体验营销
- 7.从客户参与和互动中开展体验营销

五、互联网+体验营销的特征

- 1.在线体验是每个企业的必选题
- 2.体验营销也需要开启 O2O 模式
- 3.参与感与互动性是体验营销的常态
- 4.文字、图片、声音、视频、直播需要综合运用

六、VR 在体验营销中的应用

- 1.VR（虚拟现实）的历史、现状与未来
- 2.VR（虚拟现实）的运用领域与案例
- 3.运用 VR（虚拟现实）实现体验营销

七、体验营销的境界、原则和原理

- 1.体验营销的四大境界：信任、需求、期望、感动
- 2.体验营销的四大原则：复制、推广、价值、成本
- 3.体验营销的粘性原理：定位、爆款、促销、故事、情感、见证