

重新定义营销：互联网+场景营销

【课程背景】

如何提高转化，产生粘性？这是移动互联网时代必须研究和解决的课题。随着互联网新技术的运用，通过线上线下链接重新构建场景，就可以消除传统传播方式的弊端，提高转化率，让产品和消费场所产生粘性，吸引用户。

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，其中以场景营销生命力最强。随市场经济的发展，场景式销售进一步发展，场景营销开始风靡全球。

如今，无场景，不营销。场景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，场景营销也不断发展，互联网+场景营销将成为企业必选题。因此，深度理解互联网+的场景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、团队PK

【课程大纲】

一、场景营销的经典案例

- 1.水晶之恋的消费场景定位
- 2.电商常用的营销场景
- 3.海底捞的场景营销

二、场景营销是时代的必然发展

- 1.从产品时代到场景时代
- 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场景的差异化
- 4.从线下场景到互联网时代的线上场景
- 5.从二维场景到互联网时代的立体场景

三、场景营销是客户价值的升华

- 1.场景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.场景营销是公司文化的完美诠释

四、场景营销的实施方向与策略

- 1.场景营销的核心前提是有好产品
- 2.从提升客户总价值上开展场景营销
- 3.从降低客户总成本上开展场景营销
- 4.从提升消费幸福感上开展场景营销
- 5.从业务价值上开展场景营销
- 6.从非业务价值上开展场景营销
- 7.从客户参与和互动中开展场景营销

五、互联网+场景营销的特征

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

六、VR 在场景营销中的应用

- 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）实现场景营销

七、场景营销的境界、原则和原理

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