
互联网+时代的场景化营销

第一单元 正在发生的场景革命

- ◆ 长在朋友圈中的碎片化场景
- ◆ 共享经济崛起的DNA
- ◆ 颠覆传统互联网入口的核心逻辑

第二单元 支撑场景的核心要素

- ◆ “体验美学”重塑新的商业价值逻辑
- ◆ “空间链接”变成了新场景的定义指导
- ◆ “社群”是场景的动力机制
- ◆ “数据”让场景精确匹配用户需求

第三单元 构建场景的“四即”方法论

- ◆ 产品即场景
- ◆ 分享即获取
- ◆ 跨界即连接
- ◆ 流行即流量

第四单元 场景的商业应用

- ◆ 场景重构商业模式
- ◆ 场景在商业应用中的分类（上）
- ◆ 场景在商业应用中的分类（下）
- ◆ 场景成为传统产业转型为数不多的机会