

《互联网下的场景化营销思维锻造与提升实务》

主讲：崔自三

破冰游戏：分组：队长、队名、口号、队歌
培训结束，评出优胜组、先进个人，并进行奖励

第一部分：认识场景化营销

- 一、 互联网下的场景化营销
 - 1、 什么是场景化营销
 - 2、 为什么要运用场景化营销案例：李子柒的场景化营销
- 二、 场景化营销的四大关键
 - 1、 以人为本的感官体验
 - 2、 基于信任的连接方式
 - 3、 价值交换的桥梁与中介
 - 4、 新生活形态的塑造与展现系列案例：小巷子里的猫和牛肉面等
- 三、 场景化营销构成五要素
 - 1、 清晰的时间点
 - 2、 可以妆点的场地
 - 3、 切合场景的人物
 - 4、 事件：产品诉求表达
 - 5、 与顾客连接的方式系列案例：“认养一头牛”、卡士“餐后一小时”

第二部分：场景化营销思维拓展与塑造

- 一、 拆墙思维
 - 1、 打破以“自我”为主的固有观念销售 VS 营销
 - 2、 不要“自我设限”故事：《你需要一把剪刀》
守常必败，知变则胜
- 二、 系统式思维
 - 1、 场景化营销是一种集中呈现
 - 2、 在系统中突出卖点案例：宁夏某企业的互联网场景营销
- 三、 差异化思维

- 1、蓝海战略 VS 红海战略
- 2、避开恶性竞争的秘诀——与众不同
模板：两差两高运营模式
系列案例：找到差异化，避开同质化

四、多纬解思维

- 1、摒弃线性思维：目标有一个，方法却有很多种
- 2、多维思考：尝试更多的途径或方法
思考：1+1=1，2+1=1，3+4=1.....？

五、跨界整合思维

- 1、互联网下的跨界营销
- 2、资源整合，借力打力
案例讨论：小米是如何成功的？

六、逆向式思维

- 1、不走常规路：逆向——新的方向
- 2、反向思考，另一种选择，有时会柳暗花明
案例：二郎寿司

七、共享式思维

- 1、共创、共享、共有
- 2、共享思维，让企业插上腾飞的翅膀
把客户做成“员工”：案例：乔·吉拉德
把员工做成“客户”：案例：榄菊集团
案例：阿里巴巴的内部共享

第三部分：场景化营销方法论与销售技巧

一、场景化营销的四大方法

- 1、创造体验场景
案例：特仑苏
- 2、搭建链接方式
案例：为何有些链接让顾客远离？
- 3、建立同感社群
案例：疫情期间某 O2O 门店的社区营销
- 4、数据收集与运用
案例：温州某企业大数据的三个层次

二、构建场景化营销的四即方法论

- 1、产品即场景
- 2、分享即传播
- 3、跨界即连接
- 4、流行即流量

系列案例：某企业的场景化营销

四、场景化营销技巧——全方位营销

- 1、什么是全方位营销
- 2、全方位营销的四个特点

3、全方位营销三个条件

4、全方位营销八大技巧

系列案例：全方位营销，让企业立于不败之地

五、 场景化营销的“三大纪律、八项注意”

1、场景化营销必须恪守的“三大纪律”

2、场景化营销需遵循的“八项注意”

系列案例：场景化营销，这些技巧不能忘