

# 体验式营销

## 【课程背景】

随着移动互联网的普及，数字化、物联网、移动支付、AI 智能等技术的不断升级，传统营销正面临着前所未有的机遇与挑战，怎样更好地定位目标客户细分市场，怎样为客户提供价值并且实现客户裂变，企业营销实践需要新的营销理论指导。《体验式营销》正是基于这样的市场背景，引导企业营销管理者从经营产品向经营用户转型，从而抓住时代风口，用体验式营销实现公司品牌与业绩提升。

## 【课程收益】

- 营销环境变化与未来趋势分析；
- 体验式营销的定义与系统落地；
- 基于客户购买行为的营销创新；
- 打造新客户体验与价值链输出；
- 全面提升客户满意度与忠诚度。

## 【课程大纲】

### 第一单元、基于客户购买行为的营销创新

#### 一、营销环境的变化与趋势

新时代消费人群

消费分级时代

娱乐营销、体验营销

#### 二、基于客户购买决策的创新营销

需求认知：功能需求&情感需求；显性需求&隐性需求

信息搜索：从“人找货模式”到“货找人模式”

方案评估：客户购买因素（需求、预算、时间）

产品购买：渠道碎片化、内容个性化

买后使用：从经营产品到经营用户

用后评价：粉丝经济、客户口碑与好评

升级换代：产品升级、老客户价值管理

### 第二单元、体验营销 5A 设计维度

#### 一、感官体验设计

视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉

**案例分析：**亚朵篮球主题酒店体验营销

#### 二、情感体验设计

客户情感体验：负面情绪&正面情绪

打破脚本制造难忘的体验瞬间

**案例分享：**玩偶乔西的度假旅行

#### 三、思考体验设计

##### 1、品牌价值塑造

品牌价值（历史，理念、故事、文化）

感受价值（尊贵、品味、时尚、价值）

**团队共创**：输出一个品牌故事

## 2、产品价值塑造

产品价值（金牌驱动的 FAB 卖点提炼）

强调产地、渲染工艺（设计师、专利）

**实战演练**：制造差异化 USP 独特产品卖点

## 四、行为体验设计

### 1、给客户创造尊重感

一个称呼客户感觉被尊重

互动体验：NLP 让客户感觉被

#### 2、给客户创造仪式感

手磨咖啡、专属报价单、签字笔……

**实战案例**：某公司的会员专属茶杯

#### 3、给客户创造参与感

为客户进行私人定制

邀请客户产品体验

**实战案例**：小米如何打造粉丝参与感

### 、 关联体验设计

客户与客户之间连接

生态圈打造价值平台

## 第三单元、体验式营销打造步骤

### 一、体验式营销打造步骤

做好消费者需求的调研与体验定位

开发具有体验特征的产品与主题

营造具有亲和力的体验场景和舞台

选择合适的体验传播媒介和方式

有效体验营销活动的组织与开展

延展并保持顾客体验(CRM)

### 二、品牌体验营销传播

线上：微信营销、抖音营销……

线下：前置营销、异业互动

**实战案例**：facebook 与汉堡王跨界合作

### 三、产品体验打造爆款

产品价值塑造的四个层次

产品包装 FAB 与 USP 卖点

打造爆款的三大法则

**实战案例**：从江小白到五菱神车

### 四、服务体验感动客户

客户服务感知的五个维度

客户服务的四个阶梯

创新服务的四个角度

**实战案例**：从某公司的司机谈服务创新

*小组讨论：我们公司都有哪些创新服务举措*

## 第四单元、客户体验价值深挖

### 一、客户裂变模式设计

#### 1、客户期望值管理

峰值体验&峰终体验

客户体验提升计划

*实战案例：客户体验泳道图*

#### 2、客户裂变模式设计

利益裂变/情感裂变/平台裂变

*实战案例：石家庄某门店平台裂变*

### 二、私域流量打造超级用户

#### 1、私域打造超级用户

公域流量：微博、抖音、小红书、头条、淘宝……

私域流量：微信私人号、QQ 等私聊工具

#### 2、私域流量触达用户

微信号的主权归属问题？

触达用户：私聊、朋友圈营销、微信群、点赞评论

### 三、私域流量转化步骤

IP 化：建立品牌人格

连接：构建私域流量

促活：创造用户接触

分层：创造用户画像

复购：培养超级用户

*实战案例：孩子王的会员管理*

## 第五单元、关键时刻解读设计

1、欣喜时刻：用心设计、低成本高感知

2、认知时刻：微不足道、但是意义非凡

3、荣耀时刻：记录最光辉的时刻

4、连接时刻：共享美好和痛苦

*案例导入：星巴克咖啡打造客户体验流程蓝图*

**现场作业：（现场作业 60 分钟，小组代表分享、老师点评）**

SOP(Standard Optimaization Process)全景客户体验构建：分小组选择以上场景，用思维导图工具提炼客户体验蓝图 1.0 版本，并现场演练，课后完善最典型的客户体验场景。