

Formation Expérience

Comment commercialiser efficacement une expérience ?

À venir dans ce module de formation d'expérience:

- ▶ Partie 1: Augmenter la proposition de marque avec des expériences
- ▶ Partie 2: Construire un récit autour de l'histoire de l'expérience
- ▶ Partie 3: Équilibrer le retour sur investissement de la marque et du ROI commercial
- ▶ Partie 4: Explorer les canaux de diffusion et de distribution
- ▶ Partie 5: Principaux points à retenir

Comment commercialiser efficacement une expérience

Augmenter la proposition de marque avec des expériences

La pertinence des expériences

Le meilleur outil pour augmenter la proposition de marque est d'offrir des expériences.

Transformateur

Vous pouvez offrir des expériences véritablement transformatrices basées sur l'empathie client. En tant qu'attraction, cela se trouvera dans la compréhension des besoins de vos visiteurs.

Immersif

Créer une interaction constante avec nos visiteurs grâce à la technologie aide à concevoir des expériences immersives. Après la pandémie, les expériences axées sur la technologie sont principalement axées sur le mobile.

Adaptés

Il s'agit de créer des expériences et des interactions profondément personnalisées. Vous pouvez créer une expérience en ligne et en personne vraiment personnalisée, basée sur ce que vous savez de votre visiteur.

User-Centric

L'UX était l'une des choses les plus importantes à prendre en compte lors de la création d'expériences avec les utilisateurs à l'esprit. L'expérience utilisateur est ce qui motive une marque, pas l'image ou la créativité du message.

Exclusive

Les expériences exclusives ajoutent plus de valeur à une marque que les expériences conçues pour être appréciées par un vaste marché (avec des intérêts différents).

Construire un récit autour de l'histoire de l'expérience

Les visiteurs d'aujourd'hui exigent un contenu plus créatif et une narration approfondie.

5 étapes pour construire un bon récit

Creusez plus profondément dans l'histoire



Getting to know the history behind the experience theme is very important to be able to explore a different and new part.



Interagissez avec le population local

The local community is the best tool you can use to obtain different insights into the theme you want to develop.



Soyez créatif

Prenez des risques et essayez quelque chose de différent, sur lequel aucun autre fournisseur ne parie. Oser.



Tester et adapter

Tentez votre nouvelle expérience avec certains visiteurs et faites les ajustements nécessaires, en fonction de leurs commentaires.



Cuvée Privée

Cuvée Privée est une petite entreprise basée en France. Il donne aux gens la possibilité d'adopter un vignoble en France et de recevoir des bouteilles des meilleures cuvées produites localement, livrées directement à leur porte.



Équilibrer la marque et Commercial ROI

Il est essentiel de collecter des informations sur le coût de conception et de commercialisation d'une nouvelle expérience.

Les entreprises doivent calculer le retour sur investissement de chaque expérience et se concentrer sur celles qui garantissent le retour sur investissement le plus élevé.

Stratégie de prix



PREMIERS ADOPTEURS

Si votre objectif est d'amener autant de clients à l'acheter au prix de marge élevé avant de commencer à diminuer.

PREMIUM

Si vous exploitez un produit ou un service de haute qualité à un prix élevé.

ECONOMIE

Si vous avez des frais généraux et des coûts inférieurs à ceux de vos concurrents.

PÉNÉTRATION

Si votre produit ou service est de haute qualité mais que votre prix est bas.

Silo London - Devenir zéro déchet

Silo est un restaurant né d'un désir de secouer l'industrie alimentaire et de montrer le respect de l'environnement et de la façon dont les aliments sont générés.

Les agriculteurs locaux fournissent les ingrédients et collectent ce que les convives ne mangent pas pour faire du compost.



Explorer les canaux de diffusion

Devriez-vous vous associer à l'industrie du voyage pour distribuer l'expérience? Ou devriez-vous choisir un modèle de distribution directe, en utilisant votre site Web, les médias sociaux et d'autres canaux?

Diffusion directe - Avantages

- Pas de commission
- Plus de contrôle sur le message
- Capacité à exécuter des initiatives marketing segmentées

Indirect Distribution - Pros

- Champ d'application élargi
- Moins d'efforts de marketing
- Connaissance du marché

Habituellement, la meilleure stratégie consiste à trouver un équilibre entre la distribution directe et indirecte.

Principaux points à retenir



Définissez votre stratégie tarifaire



Créez des expériences transformatrices et exclusives



Créez de superbes récits pour vos expériences



Soyez présent là où vos clients préfèrent acheter