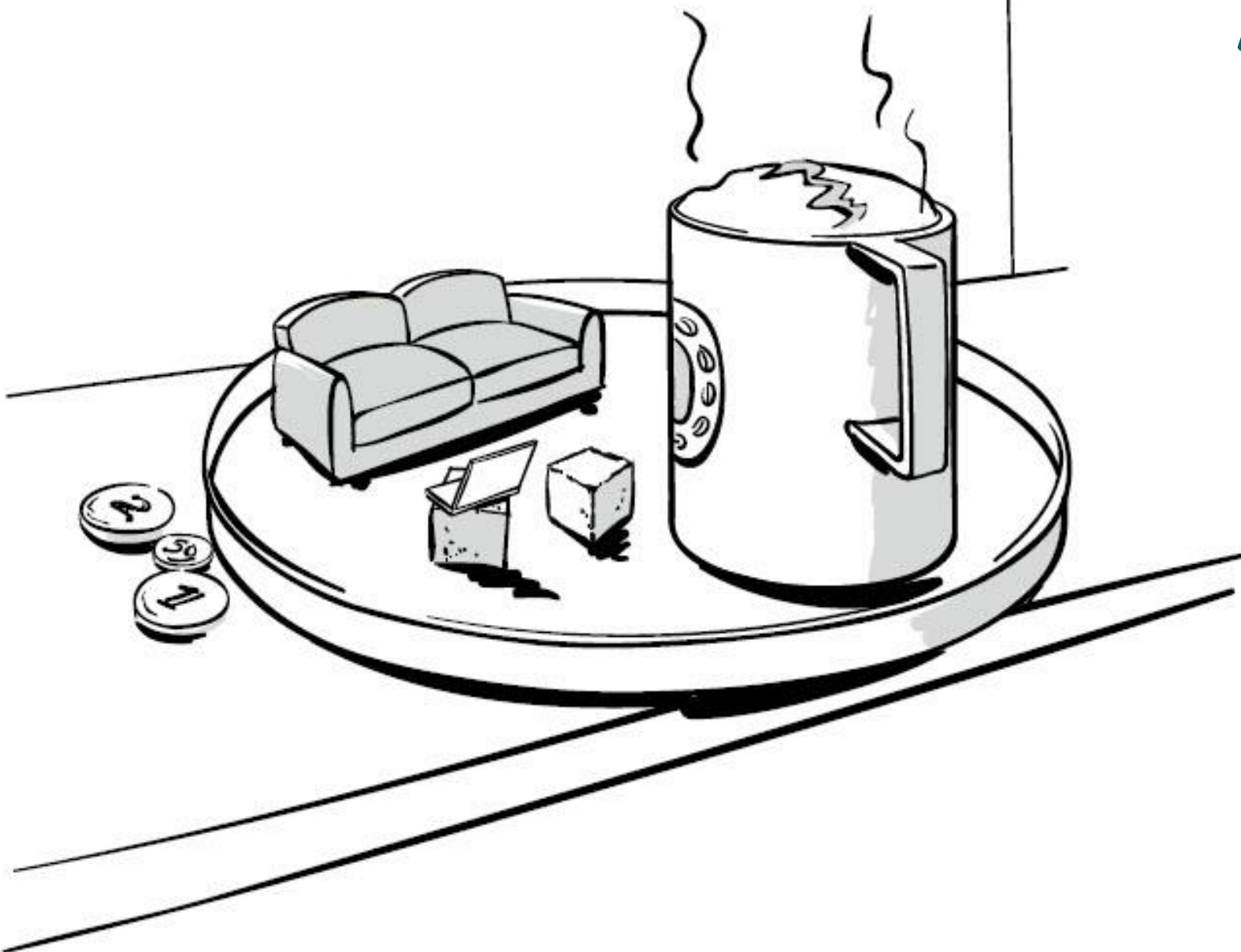


فروش تجربه

محصولات جذاب برای احساسات



مطالعه موردی



**BARNES
& NOBLE**



STARBUCKS®

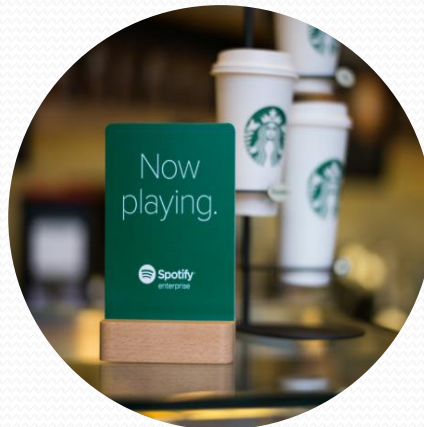
- بزرگترین فروشنده نوشیدنی‌های انرژی‌زا در جهان
- توجه ویژه به قشر جوان و ترویج سبک زندگی فعال
- فعالیت گسترده در زمینه ورزش‌های مخاطره‌آمیز مانند مسابقات فرمول ۱، موتوکراس، موج‌سواری، اسنوبورد، دوچرخه‌سواری کوهستان و ...
- حمایت از رویدادهای مهیج متفاوت مانند بلندترین سقوط آزاد دنیا و یا مسابقات خودروهای دست‌ساز

- بزرگترین کتابفروشی زنجیره‌ای در آمریکا
- فروش محصولات متنوعی چون مجله و روزنامه، هدایا، بازی‌های ویدئویی، موسیقی، e-reader و ...
- مشهور به دلیل فروشگاه‌های بزرگ خود
- وجود شعب استارباکس در اکثر فروشگاه‌ها
- ارائه تجربیات مختلفی مانند تخفیف‌های قابل توجه، برگزاری رویدادهای فرهنگی، حضور نویسندگان، جلسات کتابخوانی و ...

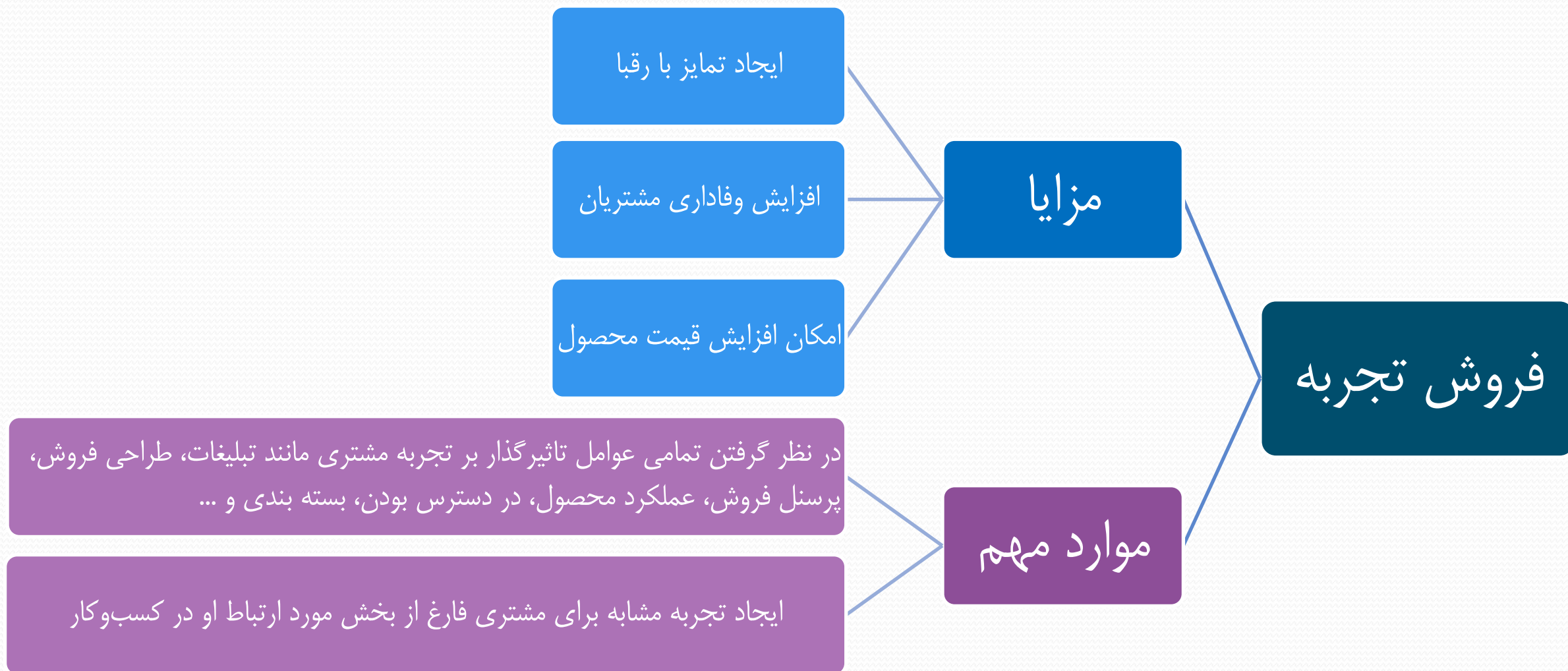
- بزرگترین کافی‌شاپ زنجیره‌ای جهان با بیش از ۲۳۰۰۰ شعبه در ۷۲ کشور دنیا
- ارائه مجموعه متنوعی از مواد غذایی و نوشیدنی‌ها
- ایجاد یک تجربه خاص برای مشتری به کمک خدماتی چون wi-fi، موسیقی، فضای دلنشین، مبلمان راحت و ...
- کسب محبوبیت و وفاداری مشتریان به کمک ایجاد تجربیات منحصر به فرد در کنار سرو قهوه

فروش تجربه چیست؟

ارتقاء ارزش محصول یا خدمت به وسیله تجربه خاص ارائه شده به همراه آن



فروش تجربه چیست؟



تاریخچه فروش تجربه

- استفاده شرکت‌هایی چون موتورسیکلت‌سازی Harley-Davidson، سیگار Marlboro و لوازم منزل Restoration Hardware از این شیوه در دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی
- پیش‌بینی تافلر در مورد افزایش مشتریان مدل فروش تجربه در کتاب «شوک آینده» در ۱۹۷۰
- اشاره به این تئوری توسط گرهارد شولز به هنگام ابداع اصطلاح «جامعه در جستجوی هیجان» در ۱۹۹۲
- توصیف دقیقتر این مدل توسط پاین و گیل‌مور در کتاب «اقتصاد تجربه» در ۱۹۹۸