

Khách hàng không mua sản phẩm, họ mua "trải nghiệm"

Lấy sản phẩm làm
trung tâm



Xây dựng trải nghiệm
của khách hàng



Thế hệ công nghệ
vì con người

Marketing 1.0

Marketing 2.0

Marketing 3.0

Marketing 4.0

Marketing 5.0



Tập trung vào nhu
cầu thị trường



Xây dựng sự kết
nối (cộng đồng)

