

《新零售实战全攻略》

培训课程大纲

主讲人：邓超明老师

授课风格：实战、实用、实效、最前沿！富有激情，生动案例剖析，高屋建瓴洞察，战术落地指南，并且经常性安排互动思考。

课程特色：

- 1、深度讲座：实效热点难点解读+实战案例剖析+实用工具方法传授
- 2、智慧咖啡：互动探讨，促进思考，分析解决营销问题
- 3、大争风暴：专家现场答疑，给予创意性的思路与方法
- 4、趋势洞见：多种创新创意营销战略、技巧介绍与案例分析

课程价值：

- 1、掌握新零售最新动态、主张、观点、案例及前沿方案。
- 2、了解线下实体店、电商与 O2O 新零售精彩案例
- 3、培养新零售思维与战略意识
- 4、了解新零售的具体打法、零售创新点等，稳抓新零售的牛鼻子
- 5、帮助实体企业加快结构调整、创新零售方式、提升业务效率。
- 6、帮助传统商贸零售企业实现零售升级，培养更多适应新零售经济需要的人才，打造适应创新型、技能型管理队伍。

开篇：新零售大势观澜：如何擎住新零售的牛鼻子

一、上马新零售，先搞清这些关键问题

亚马逊写了一篇新零售的好文章

天猫、京东、苏宁三国杀：布局新零售的版图扫描

价值定义：新零售是个什么梗？

价值发现：新零售能帮你实现什么？

价值自省：旧零售 VS 新零售、电商 VS 电商、O2O VS 新零售

价值再造：如何上马新零售？一家老牌企业的电商逆袭

价值反思：电商、线下店在新零售里扮演的角色？如何对标新消费群体与新消费习惯

给新零售画个像：它有这样几种长相、实现路径

老司机的洪荒之力：宜家与星巴克的新零售

案例分析：亚马逊的智能推荐与无人店 Amazon Go、阿里巴巴的素型生活跨界集合店与盒马生鲜、三只松鼠的线上零售创新与线下零售体验店创新、红领的 C2B

二、新零售思维的天龙八部

(一) 无界思维：打破线上线下、虚实隔阂

(二) 网状思维：全网覆盖，消费者在哪里，网升到哪里，全员布网。

(案例：周黑鸭布下的网：如何将鸭产品卖上了市。)

(三) 生态思维：产品单点突破，建生态链、生态圈，共建、共享、共赢。

(案例：老干妈如何从辣椒酱出发，写下品类的零售传奇)

(四) 场景思维：人、时间、地点、事件，未来就是现在 (案例：必胜客的智慧餐厅；亚马逊的场景奇招；星巴克如何用场景设计让你多花钱；国美的改造：网咖+电竞+影院)

(五) 互动思维：全渠道反馈与互动

(六) 品牌思维：千古不破的真理，品牌影响广度、深度与兴奋度 (案例：谷连天用一碗八宝粥做出品牌；热风 hotwind 的品牌化改造，从外贸店到品牌连锁的逆袭)

(七) 定制思维：根据地域、职业、季节等多维度客户画像，提供产品快速定制。(案例：皮阿诺的定制；索菲亚的定制)

(八) 数据思维：消费者画像、按需智能供货等

三、新零售的二十一种打法

(一) 电商新零售的道路扫描 (案例：糕马优选的横空出世、罗莱家纺的网上征程、云集微店的崛起背后、韩都衣舍的创新)

(二) 实体店新零售的打法 (案例解读：宜家是如何成功的；星巴克的符号；国美的战术；欧派家居的创新；欧尚的努力；OPPO 与 VIVO 的线下销售为

何风起云涌)

(三) 电商的线下战场：经验、案例与落地实战（案例解读：小米的打法；茵曼的线下店开得怎么样；三只松鼠的线下创新）

(四) 企业自媒体零售战法（企业微博号、企业公众号等，案例：海尔、京东、VIVO、雕牌等；企业微博号与公众号 100 强，如何用微博公众号自媒体做销售）

(五) 边看边买（案例：直播边看边买、淘宝头条的边看边买、优酷边看边买等）

(六) 微信电商实战技法（案例：小程序电商、微信公众号电商、微信群电商、朋友圈电商、微信小店、微店经营）

(七) C2B 电商（案例解读：红领西服、衣邦人、海尔定制、奥迪定制）

(八) 从匿名消费到实名购买：会员+粉丝运营（案例解读：歌莉娅用粉丝撬动新零售；华为荣耀的粉丝营销；再看小米的米粉营销；星巴克的会员制）

(九) 新网点的新零售革命（案例解读：优衣库的 O2O 小试牛刀；欧神诺陶瓷的新零售店面；尚品宅配的 OAO 店）

(十) 数据驱动零售（案例解读：聚美优品、中商惠民、唯品会）

(十一) 新技术特种兵（案例解读：3D 空间渲染、无人值守、智能试衣镜、小程序、VR 等）

(十二) 零售经营模式创新（案例解读：买手制、工厂店、大联采、会员制、门店合伙人等）

(十三) 用服务打开新零售大门（案例解读：胖东来、海底捞等）

(十四) 零售揽客创新创意打法（案例解读：甜心摇滚沙拉的斯巴达勇士事件营销；途牛旅游“只要心中有沙，哪里都是马尔代夫”事件营销）

(十五) 业态跨界混搭与业态创新打法（案例：无印良品、书香门第、大悦城、银泰、H&M 卖家居、美邦开书吧咖啡吧、今日阅读等）

(十六) 超级 IP 崛起，建立以 IP 为核心的新零售品牌（案例解读：得高健康官；海尔兄弟；良品铺子+同道大叔；迪斯尼、大嘴猴、+明星、+设计师、+卡通等；韩寒餐厅“很高兴遇见你”为什么做到关店等）

(十七) 商品精选打法：从海量到精准（案例解读：网易严选、淘宝心选、米家等）

(十八) 用消费金融之力撬动新零售（案例解读：海尔 0 元购、蚂蚁花呗、京东白条、佰仟金融、名创优品的快速繁殖之谜等）

(十九) 新场景零售（案例解读：办公室场景无人便利店、加油站零售等）

(二十) 消费商打法（案例解读：环球捕手、云集微店、美的合伙人、马上有钱联盟等）

(二十一) 社群零售

四、零售链升级：新零售的十二大系统之变

一个变与一个不变（产品服务商誉继续做好；经营思维方式工具渠道要变）

(一) 产品系统：向定制进军；爆品、匠品、韧品战略

(二) 渠道系统（电商渠道、线下渠道的搭建；引流闭环的设计；转化机制的设计。案例：资生堂的数字化销售出奇招；沃尔玛的会员店）

(三) 视觉系统（客户需要什么样的视觉，如何摸清与判断。案例分析：布朗熊啤酒 Bar 放了什么样的视觉大招；天虹那家高颜值商场，是怎么回事；跟高手交朋友，再看几家把视觉系统做得相当漂亮的企业）

(四) 概念系统（产品概念、网络品牌概念、实体品牌概念、概念统一化与个性化）

(五) 服务系统（线上服务、线下服务、全渠道服务、全场景服务。案例：创业板敲钟的尚品宅配，它讲了一个怎样的 O2O 零售故事）

(六) 成交系统（成交转化机制，案例：大商的 2000 万会员+天狗网的电商布局；）

(七) 招商系统（传统招商、线上招商）

(八) 话语系统（店面导购话术、网络咨询与客服话术。案例：三只松鼠的卖萌；京东客服话术的那些传奇）

(九) 运营系统（案例：永辉的二维码零售玩法）

(十) 资源系统（资源整合对象、跨界联盟、自有资源最大化等；案例：

一家返利网站+百货公司的新零售布局)

(十一) 制度系统 (案例:看看这些电商公司的超强制度)

(十二) 创意系统 (新零售的创意怎么玩?案例:京东的创意; Brookstone 卡位新奇特,能玩出什么花样)

五、获客之战:新零售环境下,拉新获客活客的策略优化

以消费者运营为出发点的全域营销

(一) 新合作模式 (案例解读:永辉的合伙人制等)

(二) 新经销网络

(三) 新地推 (案例解读:美团的地推、饿了么的地推、趣店分期乐地推)

(四) 全社会营销网络 (线上线下渠道闭环、新全员营销、全员微商、全社会消费商、全网营销)

六、跑赢最后一公里:新零售的销售网点怎么改?

1、实体店(销售网点)要做到的五种改变

2、新网店的六大改造

七、打造能征善战之师:新零售人的能力结构

(一) 坐销=坐“消”(消亡)

(二) 赢在组织:如何设计新零售组织架构

(三) 如何打造新零售队伍:新能力结构、新能力清单

(四) 人人都是经营者:每一位个体都是一个关键点

案例:从优衣库零售员工身上看到的几个亮点。

八、破解新零售的五个困境

(一) 零售网点多,为什么卖不动货?

(二) 专门的团队运营网上商城,为什么不赚钱?

(三) 造好了线上线下销售渠道闭环,为什么客户增长依然乏力?

(四) 跑赢最后一公里,新零售需要什么新能力?

(五) 对接消费者的新零售人才,如何培养?

九、趋势研判：哪些新零售业态可能生存得比较好？

新零售的近景与远景宏图

3D4D 打印、ARVR、传感器物联网、人工智能等新技术全领域运用

（一）主题特色类：Adidas 的科技主题店、曼哈顿切尔西市场 Chelsea Market 的文艺范、京东智能娱乐体验馆 JDSPACE

（二）体验场景类：宜家家居、星巴克、Sephora 的 Sephora Beauty TIP Workshop 等

（三）生活方式贩卖类：诚品、茑屋书店、言几又、无印良品等。

（四）意见领袖类：设计师品牌店、网红店等。

（五）单点突破类：在某款产品、某种渠道上做得非常好，其它渠道辅助，一超多强。（案例：看起来一般的“黯然销魂掌”，如何做到一掌销魂。）

（六）消费金融类：用消费金融激活新零售，发展消费商体系。