

新零售思维与新零售模式

课程重点：什么是新零售思维：

➤ 新零售思维“新”在何处

新零售思维转变传统思维方式追求“赋能于人”

新零售思维的本质是效率至上

从以“门店、商品、活动”为中心到以“人”为中心

新消费行为升级：小众化、垂直化、社交化

新零售思维更注重从“新”到“心”

➤ 新零售思维中的几个注意点

找准消费者痛点

抓住消费者痒点

及时处理消费反馈出的槽点

时时关注当下热点

课程重点：洞悉新零售的本质和特征

➤ 双方引流，全面融合

➤ 360 度体验

➤ 去中心，社交化

➤ 大数据，智能化

➤ 重构人货物

➤ 创造全新场景

➤ 物流供应链自动化

课程重点：新零售变革的四个思考逻辑

➤ 明确为谁开店是起点

确定目标顾客

分析目标顾客的需求特征

明确自身优劣势

➤ 用什么商品、服务、体验满足消费者是焦点

门店要充分考虑顾客体验

商品、服务、体验一定要精准聚焦目标顾客

尽快改造成场景化的门店

商品必须具备高度的健康理念

➤ 采用新技术工具手段是重点

利用技术链接顾客

利用技术提升顾客体验

利用技术提高效率、降低生产成本

➤ 打造顾客终生价值是终点

流量红利期成为历史，需向精细化管理转型

一切围绕顾客价值作为零售中心

增强粘性、打造终身顾客价值。

课程重点：新零售思维中关注的互联网思维创新

➤ 碎片化思维

如何让消费者在碎片时间主动选择你?
如何让消费者在一分钟内爱上你?
如何在短时间里与消费者建立起令她心动的对话?
如何在一个碎片的时间窗口提供令消费者尖叫的商品和服务?
如何通过全渠道覆盖消费者更多的碎片时间?

➤ **资本思维**

完成资本积累
善用资本，用资本赚钱
集聚高端要素、发展高端产业
培育创新业态、营造创新生态

➤ **微商思维**

微商是一个新的销售渠道
微商是充分利用你的人脉资源
打造自己的个人 IP
要将消费者变成你的传播者与销售者

➤ **迭代思维**

基于用户需求为目标分阶段推进
小处着眼，微创新
精益创业，快速迭代
天下武功，唯快不破

➤ **平台思维**

价值是搭建平台的精神基础
聚合是具体去实现的行为
共赢，就是人群聚合的目的

课程重点：新零售思维打造全新商业模式—C2B 模式

➤ **什么是 C2B 模式**

C2B 模式的核心是以消费者为中心
C2B 模式能帮助消费者快速购买到自己称心的商品
C2B 的本质就是按需定制

➤ **新零售时代下的 C2B 模式——零售的终极梦想**

新零售时代下的 C2B 模式
大数据为 C2B 生产保驾护航
全渠道为 C2B 门店引流添彩
新技术为 C2B 体验带来惊喜

➤ **新零售 C2B 模式案例分析**

阿里巴巴——盒马鲜生探索新业态
京东——达达-京东到家，生鲜上门配送到家
永辉——多样化新业态，打造高端“厨房”场景
每日优鲜——精准物流、严控品质

课程重点：引爆新零售营销的“5C 法则”

什么是新 5C 法则

- Consumer：用户体验感和参与度
- Context：场景能让营销信息更有效地深入人心

-
- Community : 深入目标客户的社群
 - Content : 内容是一切营销传播的本质
 - Connection : 引爆传播链条

如何实现场景化营销

- 如何创建场景
- 从热点事件寻找场景
- 日常场景中的机会
- 时间上的场景
- 地点上的场景
- 情绪也是一种场景

从粉丝思维转向社群思维

- 什么是社群
- 如何解构社群
- 社群中的角色配合
- 如何进行社群分类
- 如何构建目标客户社群
- 社群运营的8个策略
- 如何引爆目标社群

如何实现内容营销

- 如何制造内容病毒
- 内容要可发酵
- 内容要可连续
- 策划中四标准
- 内容创造十招
- 如何让目标用户生产内容

引爆传播链条

- 引爆流行的核心是撬动中心节点
- 引爆流行需构建节点
- 激发和保护传播的动力
- 寻找已经在讨论的参与者
- 引爆新用户的秘密-裂变
- 设置病毒流行机制