

向阿里学新零售

课程背景

- 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

培训对象

企业高管、营销负责人、零售负责人、渠道主管、电商主管等；

课程收获

- 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。

培训方式

讲授+案例研讨+小组共创+互动答疑

课程大纲

开篇：新零售大势观澜：本质与改变

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、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：千古颠扑不破的真理，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、新零售的十种打法

(一) 电商新零售：以电商为核心的新零售，C2B

小米的新战场；韩都衣舍从电商走来；淘品牌茵曼为什么大量关了线下店；有电商创新精神的裂帛，线下店长什么样。

（二）店商新零售：以店面为核心的新零售

案例：优衣库 O2O 模式的长短板：它的创新空间还有多大；名创优品的快速繁殖之谜：1000 家店从何而来；OPPO 与 VIVO 的线下销售为何风起云涌。

（三）从匿名消费到实名购买：会员+粉丝运营；

案例：淘宝会员体验店；歌莉娅用粉丝撬动新零售；华为荣耀的粉丝营销；一家蛋糕店的粉丝营销)

（四）购物环境的第三次革命（购物环境与体验还能怎么变，优化的 6 种策略，案例：就试-试衣间)

（五）新技术特种兵：移动支付、在线订单、智能试用、VR 等

（六）多模式创新（买手制、工厂店、大联采、跨境采、无人值守店、消费金融+新零售等，案例分析：武汉中百、胖东来)

（七）借道新媒体营销，打赢新品牌战（40 套电商全网营销兵法；电商品牌新定位；案例：三只松鼠线下体验店预约模式；联想的新媒体营销；杜蕾斯的新媒体营销)

（八）依托企业自媒体的零售战法（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)

（九）跨界联盟集合店打法（案例：银泰商业的 House Selection、奇客巴士的黑科技集合店)

（十）超级 IP 崛起，建立以 IP 为核心的新零售生态圈（案例：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。)

四、获客的道与术：新零售的十二大系统

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、网聚客户的力量：新零售的营销网络搭建

以消费者运营为出发点的全域营销

(一) 一核驱动：电商平台的搭建与运营 (案例：韩都衣舍、丹麦绫致、唯品会、聚美优品；万达电商败在哪里；富士康为什么做不成电商)

(二) 新销售网络：新经销商、新合作模式、新互动机制 (案例：京东的京选空间；经销商合伙人制等)

(三) 全网引流：设计全网客户引流系统，打赢整合精准营销硬仗

全网引流获客的 40 套兵法、32 套内容营销兵法、打赢新零售精准营销+创意营销获客的关键策略。

(四) 线上线下渠道营销闭环：三种搭建方式，天罗地网

案例分析：《海澜之家的线上线下 O2O 成功之处》《俏十岁的微商网络运营》《江小白的创新渠道网络》《便利店版的星巴克解析》

六、跑赢最后一公里，客户留存率的二次革命：新零售的销售网点怎么造？

(一) 实体店 (销售网点) 要做到的五种改变 (智能零售怎么个智能法)

(实体店如何挽救颓势; 如何再升级。案例: 百安居的小店; 海底捞用服务支点, 撬起线下新零售这座大山)

(二) 店商+电商之战: 销售网点如何用好电商、用好新媒体、网络引流; 微信+门店; 小程序+门店。(案例: 苏宁的全员微商; 万达的动静; 万科广场的“老公寄存室”)

(三) 联盟销售网点: 最后一公里的游骑兵

(四) 引导指尖: 移动销售的最后一公里

(五) 网络销售引导: 网上商城的销售最后一公里

七、机制扶上位: 新零售运营体系的设计

(一) 从电商新零售到店商新零售的运营体系设计

(二) 渠道共赢生态: 线上线下渠道的四种合作机制

(三) 协同作战: 线上线下渠道的三种联动机制

案例分析: 年销售 30 亿的会员电商运营体系案例; 尚品宅配的 C2B 运营体系案例; 乐友母婴的运营体系创新案例。

八、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。

九、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？

十、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。

(六) 消费金融类：用消费金融激活新零售，发展消费商体系。