

新零售模式创新与企业实践

课程背景：

2019年两会，李克强总理的政府工作报告中多次强调：要坚持创新引领发展，培育壮大新动能。要推动传统产业的改造提升，打造工业互联网平台，拓展“智能+”，为制造业转型升级赋能。

2018年的中美贸易大战，中国企业在经历整个产业结构调整的阵痛期。市场持续低迷，国家限购，资金被套，生意越来越不好做。人流稀少，天猫京东拼多多微商抢了我们的饭碗。商品同质化，客户选低价，赚不到钱啊……

后互联网时代新零售、新模式的打法是什么？新业态、新零售、新传播、新渠道又该怎么玩转？阿里董事局主席马云先生说：纯电商已死亡，新零售当立！

姜是老的辣？还是长江后浪推前浪？前淘宝总裁孙宏宇反戈一击，他投资的拼多多能打败曾经的带头大哥马云吗？

未来十年，是中国商业领域大变革的时代，所有传统经营、传统生产销售的企业都有可能遭遇前所未有的大挑战。

新物种新科技在深刻的改变每一个行业，互联网颠覆了一个个传统行业，物联网、区块链、大数据成为时代核心词，没有创新思维，就可能被时代所淘汰！

每一个时代有每一个时代不同的赚钱逻辑，升级认知，才能呼吸到上层的新鲜空气。2018年双十一天猫一家一天突破2153亿!!!关键是90后贡献了46%。移动端支付占比超过90%。不是中国经济不行了，是70后、80后落后了，是我们的实力不行！新时代召唤新物种，让我们一起揭开迷雾，探究本质，寻找新的出路！

课程收益：

- 了解新零售在当今中国发展的脉络和宗旨；
- 对独角兽企业的创新商业模式有更深刻的认知；
- 培养面向未来的企业家的战略眼光和全局观；
- 掌握最前沿的创新企业采取的绩效机制等等。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：董事长，总裁，总经理，合伙人、高层管理者

课程人数：30-80之间最合适

课程方式：讲师讲授+案例解析+现场演练和点评

课程大纲

前言：讲故事说营销，直指问题核心

1. 电商火了，跟着做电商，把生意搬到线上了。
 2. 微商火了，跟着做微商，也在朋友圈天天晒货打广告卖东西了！
- 但是——为什么别人做得好，而我却越来越艰难？

第一讲：新零售的时代背景与未来展望

一、回顾2018年国内外企业的发展状况

1. 从万科活下去、金立破产开始展开
2. 危机公关，企业如何通过互联网进行品牌营销推广
3. 中美贸易大战，通过现象分析企业的机会窗口
4. 中美互联网技术、应用与生态的差异
5. 三驾马车，两驾乏力，国家刺激消费升级

6. 中国消费引领全球消费增长，内需市场扩大的商机

二、由卖方市场刚性需求主导的“黄金时代”一去不复返了

1. 买方市场弹性需求占据舞台，新零售、新模式、新物种火箭般崛起
2. 新零售的缘起、主要特征、企业应用的重点把控
3. 从模仿发展到今天的从 0 到 1、从 1 到 N, 提出传统企业的创新方向
4. 马云、雷军等的新零售概念提出，阿里巴巴新零售的战略布局
5. 新零售怎样重构人货场，消费场景在悄然发生巨变
6. 全域营销、以消费者为中心的直销在改造生产制造业

第二讲：新零售的企业实践分析

一、新时代新零售的企业典范

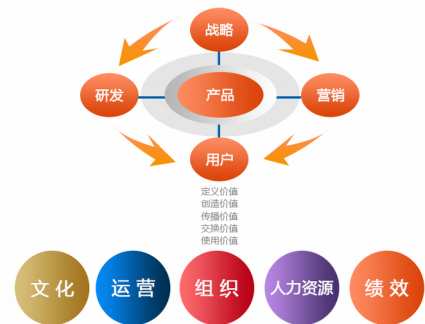
1. 阿里系的“盒马”杀出江湖
2. 盒马如何做到二年的时间估值近 1000 亿
3. 钱大妈如何迅速成为华南社超霸主
4. 6 年时间自营店+加盟店超过 1000 家

二、盒马商业模式浅谈

1. 阿里新零售是如何定义盒马鲜生
2. 大数据描绘消费者的人脸画像
3. 消费驱动的新零售如何单点突破迅速切入市场
4. 线下门店的价值演变实现了提升效率降低成本
5. 七大差异化的营销策略与传统商超对比明显
6. 新零售的品牌传播，各种新玩法层出不穷

三、钱大妈怎么被大妈围攻

1. 聚焦核心卖点，市场的不二法门
2. 客户信任第一位，无形的概念有形的落地
3. 超越客户期望，催生社区疯抢的眼球经济
4. 商业模式没有秘密，让客户赢在明处



第三讲：企业新零售落地三大步骤

1. 升维思考，降维打击
2. 认知的提升，欲掌控它，先理解它
3. B 点倒推，以结果为导向重塑企业
4. 古为今用，洋为中用的全局思维
5. 未来新零售企业的商业模式构想
6. 新零售其实也是智慧零售
7. 人类文明发展进化的三次革命
8. 商业模式落地的几个核心要点

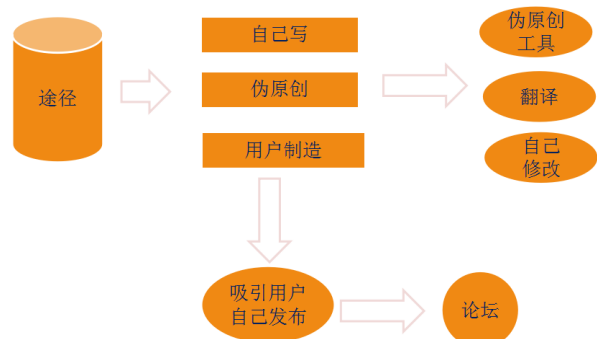
第一步：企业的顶层+底层设计

1. 现代企业的再定位

- 1) 强 IP 的打造
- 2) 产品创新和定位
- 3) 种子用户培育和借势意见领袖

2. 《道德经》的智慧启迪如何商用

- 1) 企业的商业 DNA 是什么？
- 2) 商海中导航仪的重要性
- 3) 集体意识个体意识在企业中的隶属关系



第二步：商业模式与运营方案

1. 内容运营

- 1) 内容运营的常见模式
- 2) 如何创作高质量的内容
- 3) 西贝的文案是怎么活起来的？
- 4) 爆品思维如何线上线下传播

2. 用户运营

- 1) 用户运营的工作内容
- 2) 种子用户如何选取？
- 3) 意见领袖如何培养

3. 活动运营

- 1) 活动运营的4个环节
- 2) 江小白与李小黑们江湖纷争
- 3) 场景营销怎么玩转？
- 4) 英国留学移民项目半年做到全网第一
- 5) 互联网推广的快速有效打法奉献

第三步：落地执行体系构建和 KPI 考核

1. 创新的基础是组织变革

- 1) 日本和德国二战后迅速崛起的重要线索
- 2) 毛派企业家在中国形成气候
- 3) 中国军队给企业的参考意义

2. KPI 考核的要点与流程把控

- 1) 人人都是产品经理人
- 2) 互联网考核的重点内容
- 3) 四大主流的绩效方法对比
- 4) 比 KPI 更有效的关键成功因子分析法

第四讲：穷山沟里飞出了金凤凰

一、习主席执政纲领与讲话精神带来的灵感

二、幸福其实就差一座桥

三、互联网去中间商的三次变革

1. 购物互联网时代的标杆淘宝
2. 社交互联网时代的腾讯系
3. 生态互联网时代已经初具雏形
4. 当今世界八大主流的发展大趋势
5. 代表性的平台工具和主要载体

四、新零售的星星之火从革命老区燎向世界

1. 幸福村项目的布局思路
2. 江西 40000 家农村合作社是如何实现
3. 垫商和去中心化的组合拳
4. 幸福村的七大板块要搞大事情
5. 解决政府和农村最头疼的问题零散商品如何卖出合理的价格
6. 全国首创的互联网+N 的新零售模式
7. 五位一体的新零售营销模型

五、天地人三网合一的落地计划

1. 如何实现 100 万视群主锁粉一个亿

2. 江西 4 万家实体店的模式如何复制全国
3. 1000 万的在线商家如何培育
4. 幸福村的三种会员关系
5. 创业的目的在于多方成就，底线是不违法
6. 幸福村的游戏规则、商业模式解密
7. 幸福村项目获得的国家级奖励和社会诸多肯定

六、一个脸盘撬动了巨大的农村市场

1. 商业模式没有秘密，以物易物的共赢办法
2. 品质问题的怪圈，自己种给自己吃的才是放心食品
3. 如何抢先一步，占领消费者的心智空间
4. 大马小马的传奇故事未完待续

结束语与思考

1. 企业推行新零售的时机？
2. 新零售还有哪些机会点和突破口？
3. 新零售成功的前提条件和纠偏机制？