

《新零售策略与实践推动》

课程收益：

通过本课程的学习，掌握新零售及实践推广的知识，并在实践中善于创造性地把新零售的知识用于具体操作的实务；

经过学习的学员既能掌握新零售营销的思考方法与工具，又能把网络营销、社群传播、销售活动落实到企业的具体工作中。确保企业的资源得到最充分的利用；

【课程大纲】

第一讲：新零售革命：“互联网+”时代的零售新思维

1. 重新定义零售：开启新零售时代
2. 新零售的本质：新零售的多从视角
3. 新零售进化论：未来零售新常态
4. 旧零售与新零售：差异及根源

第二讲：新零售时代的变革创新法则

1. 法则一：创新商品，注重消费体验
2. 法则二：创新零售业态与门店环境
3. 法则三：新技术、新模式、新管理
4. 法则四：新营销、新合作、新领域
5. 零售的价值：成本效率与用户体验
6. Amazon Go 的“新零售”实践策略

7. Amazon Go 对零售企业的五点借鉴

第三讲：打破渠道壁垒，构建全渠道零售运营模式

1. 全渠道战略：打破渠道边界，加速多维布局
2. 全零售时代：传统零售的全渠道战略布局
3. 多维触点：拓宽与消费者的渠道连接
4. 量体裁衣：提供高品质的商品与服务
5. 业务再造：确保企业适应环境的变化
6. 零售企业实施全渠道的制约因素

第四讲：零售 O2O：电商与实体从对抗走向大融合

1. 零售的本质：构建以消费者为核心的 O2O 体系
2. 线上渗透：电商布局零售 O2O 的方法
3. 线下转型：实体零售 O2O 全渠道布局
4. 从线上到线下：运营管理与资源把控
5. 从线下到线上：重构传统零售店模式
6. 零售 O2O：实体零售企业转型新方向
7. 实体零售店 O2O 模式实战
8. 引爆零售 O2O：真正实现线上线下的商业闭环
9. 零售 O2O：以便捷与高效为核心原则
10. 新零售环境下，零售 O2O 的发展趋势

第五讲：新技术战略：探索技术驱动下的智慧零售

1. 场景+零售：场景时代，重构商业与消费的连接

场景思维：全渠道、新体验、强链接

2. 场景购物：为用户提供消费体验
3. 场景营销：实现线上线下的双向引流
4. 大数据+零售：实体零售企业如何玩转大数据？
5. 实体零售企业如何运用大数据技术？

第六讲：新零售与店面营销应用

1. 小红书、逻辑思维、年糕妈妈等背后是社群商业时代来领
2. 网络社群结构与社群角色论
3. 移动互联网时代，赢在场景思维
 - a) 场景思维在新零售应用；
 - b) O2O 与场景融合
4. 时间维度的场景，稍纵即逝
5. 如何截取人流，引爆场景
6. 社会动力学和传播动力学下的新营销
 - a) 如何赋予引爆传播动力的方法；
7. 设置好病毒系数，引爆指数级的传播
8. 拥有一份详尽的内容策略和规划，很有必要
 - a) 如何开展内容制作流程管理；
 - b) 内容来源，商业规划
9. 互联网文案的影响力和内容优化