

# 《新零售商业体系与数字化力量》

主讲：韩迎娣

## 【课程背景】

互联网及电子商务飞速发展的今天，零售始终被无情的冲击，而毫无还手之力，日益增长的店铺、人员成本，使零售企业更是在经营发展中，捉襟见肘。零售企业对渠道、店铺、顾客数据管理不起来，线下门店的流量无法产生持续价值，每个导购的离职都会导致顾客的不断流失，顾客的忠诚度越来越低，而作为零售重要环节之一的供应链遭受到了全方位的冲击，零售企业面对这些痛点则是“有劲使不上”，而这几年，“新零售”的现象与概念被无数网友热谈着，有人说新零售就是传统零售插上了互联网的翅膀，有人说新零售就是传统零售跨界遇上了互联网+，那么新零售到底是什么？

课程将以新零售“全场景设计”为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员认知新零售是什么？新零售商业本质核心点在哪里？新零售完整体系框架是什么？新零售变革有哪些？新零售的用户、门店、供应链该如何破局？企业如何根据所学来解决自身的痛点？企业如何调整零售场景？使学员学之解惑，学之能用，实现零售企业新的经营增长突破点。

## 【课程收益】

- 了解新零售、新零售知识体系框架及方法论
- 掌握新零售商业模型及应用场景设计
- 掌握新零售的渠道管理
- 掌握新零售的供应链管理
- 掌握新零售下的用户、用户关系及用户营销
- 掌握用数据来驱动零售经营决策及发展
- 了解新零售的未来发展趋势及方向
- 企业可根据实际情况规划新零售完整解决方案
- 掌握如何数字化经营管理，业绩翻倍

**【课程特色】** 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

**【课程对象】** 董事长、总裁、总经理、常务副总经理、总裁助理、人力副总等高管人员

**【课程时间】** 18 小时

## 【课程大纲】

### 一、新零售，新在哪里？

#### 1、零售的痛点

#### 2、零售核心组成要素

#### 3、什么是新零售

#### 4、新零售的产生

- 消费者
- 技术
- 行业

#### 5、新零售的方法论

- 新零售三大特征

- 新零售近景
- 新零售知识框架，前台、中台和后台

## 6、新零售图谱及逻辑

## 7、新零售策略

## 8、零售数字化转型背景

案例：各大电商平台的新零售策略

## 二、新零售的商业应用场景

### 1、什么是应用场景？

### 2、应用场景的场景角色？

- 决策者
- 管理者
- 运营者
- 使用者

### 3、应用场景的场景逻辑

### 4、新零售给哪些企业带来了变化

### 5、实体零售市场细分业态应对挑战

### 6、零售生态延伸基础服务分工不断细化

### 7、中国新零售之城解析

案例：

## 三、新零售商业模型与体系框架

### 1、行业焦虑与破局之道

### 2、新零售商业变革

### 3、新零售环境下的品牌变革

- 明道
- 优术
- 立本

### 4、前台

- 场景
- 消费者
- 商品

### 5、中台

- 营销
- 市场
- 流通链条
- C2B 生产模式

### 6、后台

- 基础设施
- 云/网/端/OS
- 技术、AR/VR
- 数字化
- 人工智能
- 物联网

案例：

#### 四、新零售渠道管理

- 1、零售渠道与门店的痛点
- 2、零售商业与渠道价值链被技术和顾客重塑
- 3、以用户为中心的企业价值链演化
- 4、零售数字化渠道管理变革
- 5、数字化全渠道管理与体验
  - 体验策略
  - 渠道设计与管理
  - 用户价值与关系管理
  - 数字化渠道管理运营构建
  - 用户全链路，构建无缝全渠道
  - 体验审计，拉动内部能力重构
- 6、智慧门店核心：解耦与赋能
- 7、零售数字化渠道管理的行业应用场景
  - 快消品
  - 家居
  - 服装
  - 家电
- 8、零售数字化渠道管理场景重塑

案例：

#### 五、新零售供应链管理

- 1、零售变革下供应链面临的挑战
- 2、零售变革下供应链各环节面临痛点
  - 需求预测
  - 配送成本升高
  - 库存管理难度增大
  - 库存管理成本高
  - 敏捷程度需求提升
- 3、零售变革实现柔性供给，重塑商业生态
  - 重构运营决策流，实现柔性供给
  - 基于互联网范式、技术赋能的全新商业生态
- 4、数字化供应链商业变革
- 5、智能变革新生产模式与商业场景
  - 基于 C2B 模式的供应链
  - 应用场景解析
  - 应用场景的场景角色
- 6、数字供应链突破效能天花板
  - 极致效率为目标的数字化趋势
  - 数字化供应链突破效能的典型场景
  - 实践 - 智能变革突破效能天花板
- 7、数字供应链的行业应用场景

- 服装
- 美妆
- 家居

案例：

## 六、用数据认识你的用户

### 1、新零售变革重构消费者关系

- “Hyper IP”挑战传统零售属性
- 用户体验“升维”的前提
- 在新零售时期的弯道超车：传统零售的转型路径
- 实践 - 智能变革重构消费者体验

### 2、用户特点

- 用户结构
- X、Y、Z 世代
- 消费能力分析

### 3、用户画像

- 用户信息标签化
- 用户画像消费场景
- 用户画像标签体系

### 4、用户行为分析

- 用户分群
- 定位营销目标群体
- 用户行为分析模型
- 用户消费观与消费行为

### 5、用户增长系统

- 用户增长框架
- 用户生命周期
- 用户 AARRR 体系
- 用户迁移路径

### 6、用户关系管理

### 7、用户关系进化

### 8、全营销场景，人群优选策略

### 9、从用户价值出发

### 10、让用户乐于传播

### 11、数据探寻用户

案例：

## 七、新零售数据驱动的决策体系

### 1、新零售的数据由割裂变为贯穿，提升产业链上下游

### 2、数据驱动提升零售业服务能力

### 3、数据驱动提升渠道门店经营

### 4、驱动实际增长的数字化运营与驱动力

- 数据科学的价值
- 构建用户深度画像和互动

- 支持“千店千面”的敏捷供应链体系
- 打造数据驱动运营和决策
- 5、数据驱动的端到端可视化供应链**
- 6、数据驱动优化供应链网络布局**
- 7、数据解析，洞察用户真实兴趣与社交关系**
- 8、让数据驱动企业决策**
- 9、从“小数据”出发的品牌大数据银行**
- 10、数据资产化**
- 11、数据生命周期与安全管理策略**
  - 数据安全防护思路与体系
  - 数据安全组织管理结构
  - 数据安全策略
  - 数据生命周期与防护措施
  - 数据基础架构的安全性
- 12、无数据、不 AI**

案例：

## 八、新零售的未来发展趋势

- 1、零售数字化转型焦点转移**
- 2、致力打造未来数字化的“智链企业”**
  - 与合作伙伴的“数字化共生”
  - 提供卓越客户体验
  - 充分融合协作模型
  - 构建创新业务的能力平台
- 3、数字化远景与落地领导力**
  - 以顾客为中心
  - 敏捷管理
  - 变革从建立“数字化车间”开始
  - 基础能力升级改造
- 4、未来零售行业发展趋势**
  - 有温度的科技能力
  - 零售价值链被数字化重塑
  - 让商品与服务主动找用户
  - 深度挖掘供应链价值
  - 渠道融合无边界
  - 关注边际成本
  - 用户数据质量
  - 区块链打造信任经济
- 5、数据驱动的商业智慧决策**
- 6、基于数据的智能商业**
  - 从互联网+到智能+
  - 智能商业服务消费者的三大特征
  - 智能商业的双螺旋

➤ 智能商业的快速发展

## 7、智能商业 未来已来