

《新零售营销推广》

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、用户数据管理不起来，线下门店的流量无法产生持续价值，用户的忠诚度越来越低，用户购买需求越发独特、购买方式越来越多样、商品选择性也越来越广阔，为迎合消费者新的消费需求，零售企业该如何做推广与营销变革来突破难点？

课程将以新零售消费者分析为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员认知新零售是什么？新零售该如何推广？用户在哪里？如何吸引用户有长期黏性？使学员学之解惑，学之能用，改变优化营销策略，实现企业新的经营增长突破点。

【课程收益】

- 了解新零售营销策略及商业应用场景
- 用数据来认识用户，用户的增长逻辑，用户行为与用户关系
- 掌握店铺、用户的推广与数据管理方法
- 企业可根据实际情况实现营销、推广及提升用户黏性

【课程宗旨】

【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】 总经理、店总（长）、品牌营销总、市场总、运营总等管理人员

【课程时间】 3小时

【课程大纲】

一、新零售，新在哪里？

1、零售的痛点

2、什么是新零售

3、新零售的特点

4、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

5、新零售图谱及逻辑

6、新零售策略

案例：各大电商平台的新零售策略及场景

二、用数据认识你的用户

1、从用户价值出发

2、让用户乐于传播

3、用户特点

- 用户结构
- X、Y、Z世代
- 消费能力分析

4、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

5、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

6、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

7、用户关系管理

案例：

三、新零售用户营销体系

1、场景进阶：带动更多场景革新

2、新零售营销链路

3、新零售营销闭环