

# 《新零售营销推广与业绩转化》

零售企业营销变革与业绩翻倍方法

主讲：韩迎娣

## 【课程背景】

互联网是一片滋生奇迹的土壤，这片土壤上滋生了大量的财富，它改变整个社会的生产模式、生活模式、消费模式，销售模式乃至营销模式，新零售就是在这样的环境下顺势诞生，零售企业对用户数据管理不起来，线下门店的流量无法产生持续业绩与价值，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及交易转化为切入点，还原商业环境中的实际案例，帮助学员认知新零售是什么？新零售交易核心转化点体现在哪些方面？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，改变营销策略，实现企业业绩的百倍增长！

## 【课程收益】

- 了解新零售、新零售发展现状、消费者特性
- 用数据来认识用户，用户的增长逻辑、用户行为与用户关系
- 掌握新零售营销变革、策略及商业应用场景
- 掌握新零售交易订单转化实战方法论
- 企业可根据实际情况实现营销、推广及提升用户黏性
- 掌握如何数字化营销管理，业绩翻倍方法

【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、副总经理、总裁助理、品牌营销总、市场总、运营总等管理人员

【课程时间】6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

#### 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、新零售四部曲

#### 9、新零售的业务逻辑

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
- 8、用户与应用场景关系
- 9、用户运营健康度 **FAST** 指标

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、新零售用户关系进化
- 4、全营销场景，人群优选策略
- 5、新零售营销闭环
- 6、新零售数据解析，洞察真实兴趣与社交关系

### 四、新零售交易订单转化实战方法论

- 1、定位
  - 商业
  - 产品
  - 用户
  - 应用场景
- 2、运营
  - 内容
  - 商品运营
  - 用户运营
  - 数据运营

### **3、营销推广**

- 目标
- 交互设计
- 用户引导
- 病毒营销
- 落地转化

### **4、订单转化五大关键指标**

- 用户量
- 转化
- 留存
- 复购
- GMV

### **5、数字化智能营销分析**