

新零售、新理念、新动作

——经销商理念升级与营销创新

主讲：盛斌子老师

一、 行业高潮已退，营销回归原位

(一) 经销商做强做大的四大瓶颈

1. 一从传统买卖向营销的转变的瓶颈
2. - 从亲人帮向团队化运营转型的瓶颈
3. - 从一般代理向自建赢利模式转变的瓶颈
4. - 从粗放式经营向系统化、精细化运营转变的瓶颈

(二) 经销商做强做大的必由之路

1. - 从生意向事业的转型
2. - 经验管理向规范化管理转型
3. - 人情管理转向制度管理
4. - 决策的随意性向科学性转化
5. - 家族抱团向团队运作转型

二、 移动互联时代的新零售技术革命

1. 技术改变未来：这个时代到底发生了什么？

案例：鱼是怎么死的？

渠道碎片化、时间碎片化、信息碎片化

2. LBS、陀螺仪、二维码、音频视频识别、大数据、云计算、VR 技术

3. 实体店的分化模式 SOLOMOPO

- 1) 深度体验

2) 场景应用

3) 个性服务

4) 私人定制

4. 三类实体店

- A类新零售情景体验
- B类社区
- C类个人 APP 或者微商

5. 人性永恒不变：最终用户痛点分析

- 人性金字塔模型
- 价格低(让渡价值)
- 性价比高 (价格透明)
- 过程服务
- 质量、工艺、细节、功能
- 款式、设计、风格、审美

三、精准营销三大趋势

1、精准营销

案例：厦门孙总的社区 O2O 模式

2、品牌往上走 & 往下走

案例：店面的三种形式与

案例：店面的品牌化、连锁化、资本化、众筹化、互联网化

3、厂商一体化

原创观点：合伙+众筹：厂家 - 代理 - 分销纵向一体化

原创观点：通胀理论，品牌往上走 & 往下走理论，大终端大促销理论，品牌

分水岭理论…

案例一：广东四会何姐的合伙人模式

案例二：广东佛山美的去分销化的启示

案例三：邯郸卢生的内部合伙人机制

四、经销商新常态下的资源整合与模式创新

1. 众筹

案例：成都某家具经销商的心路历程

2. 联盟

案例：苏州某大经销商的大+体验管的模式

3. 事业部

案例：经销商的虚拟利润中心模式

4. 股份公司模式

案例：常州某经销商厂商事业部模式

5. 四专代理模式

6. 合伙人制度

7. 工贸公司制度

8. [连锁加盟](#)模式

五、门店新零售动作

1. 社群营销模式引发大卖场流量思考？（案例：网红凭什么火）

思考：如何突破人流量和时间限制，让建材市场不再冰冷。

2. 新零售的终端爆破模式探索

1) 做局、建场成就销售

2) 新零售促销方法 16 招

3) 新零售促销方法论

案例：双 11 新零售的“除夕夜”（苏宁 QQ 群爆破、微信群爆破）

3. 卖场多元化发展丰富产品一站式服务（建材/软装/餐饮/娱乐/图书/DIY 体验区）

案例：方太的终端体验教学模式高端引流。

4. 门店的横向跨界经营（设计师高端品牌服务，线上线下相融合精准需求定制。）

案例：马可波罗瓷砖店与 M 美学艺术馆的品牌营销结合

5. 新用户：新一代知识结构与生活方式变革的如何满足。

案例：高品质家居的心理分析与数据痕迹

6. 新媒体：自媒体时代如何进行有效的传播。

7. 新场景：智能应用场景与卖场未来。（设置 VR 体验中心，AR，人脸识别付款通道，收集数据，定制化个性需求与未来。）

8. 新零售 360°多元引流与成交

1) 收买导购+微信群+卡拉 OK

2) 专业市场或小区乔装拉客

3) 6 种创意小礼品

4) 铺贴工、安装工三级分销

5) 老顾客会员体系+社群模式

6) 精准会员吸客系统

7) [360 度全景物料二维码 附件\二维码](#)

8) [微信](#)+房产+传播公司+物业

9) 二维码+[LBS](#) 的妙用

- 10)房管局、水电公司、煤气公司
- 11)行业协会、沙龙、会所
- 12)盯住对手 400 电话
- 13)联盟带单，以及联盟的扩大化，用沙龙+会员+裂变
- 14)混进业主群做局营销引流
- 15).....

——结束——