

终端新零售运营与管理动作分解

主讲/盛斌子老师

第一章：新零售运动，无限风光在险峰

- 一、新零售关键词 上
- 二、新零售关键词 下
- 三、新零售技术革
- 一、二维码，移动互联时代的新零售连接点
- 二、LBS，移动互联时代的新零售精准营销
- 三、一切痕迹都是大数据
- 四、行业大数据营销
- 一、移动支付，新零售的加速器
- 二、人工智能，新零售发动机
- 三、VR与AR，新零售场景革命

第二章：五感营销，构筑场景

- 一、做“局”与五感营销
- 二、视觉体验：“一见钟情”的感动
- 三、听觉体验：音乐成买单催化剂
- 四、嗅觉体验：“嗅”出商业气息
- 五、味觉体验：用味道留住顾客
- 六、触觉体验：产生更高的依赖
- 七、案例：宜家的五感营销场景设计
- 八、移动互联的思维让场景“活跃”起来

第三章：赋能新零售：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. 老顾客会员体系+社群模式
5. 精准会员吸客系统
6. 360 度全景物料二维码 附件\二维码
7. 微信+房产+传播公司+物业
8. 二维码+LBS 的妙用
9. 行业协会、沙龙、会所
10. 联盟带单，以及联盟的扩大化，用沙龙+会员+裂变
11. 混进各类高端人脉群做局营销引流

新零售多元引流案例：某公司 6.18 日的专场业主促销活动情况

第四章 新零售之店面靓化

- 一：宜家的店面生动化及其启示
- 二：店面促销生动化
- 三、橱窗效应精细化设计

第五章：新零售日常管理的“六脉神剑”

- 一、前两剑：新人入职与入职培养
- 二、第三剑：团队激励妙招
- 三、第四剑：“鸡血”晨会“天龙八步”

四、第五剑：“鸡汤”夕会

五、第六剑：“四轮驱动”打造系统执行力

六、pk 激励如何做？

案例：新零售之门店效率管理

第六章 新零售之精准推广：粉丝、社群、全网推广

一、 精准推广政策设计：吸引客户 促成成交

二、 精准推广政策设计：低价诱惑 留住顾客

三、 社群营销模式引发大终端流量思考？

(案例：网红凭什么火，抖音为什么这么牛？)

思考：如何突破人流量和时间限制，让卖场不再冰冷。

四、 新零售的终端爆破模式探索

案例：双 11 新零售的“除夕夜”（苏宁 QQ 群爆破、微信群爆破）

五、 终端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。

六、 大终端的横向跨界经营（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

七、 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

八、 新场景：智能应用场景与终端未来。

案例：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。