

深度挖掘消费者需求支撑新零售高度

主讲：黄光伟

第一篇：新零售发展趋势

零售行业发展的三次变革

第一次浪潮、第二次浪潮、第三次浪潮

新零售的产生过程

数字化时代：从生产商到服务商的转变

新零售的含义：重构人货场

新零售的核心发展方向

零售行业的数据化本质

数据引导零售效率

数据优化产业链格局

零售行业的前景在增值

线上增长驱缓

新零售发展四大进程

刨根零售行业趋势变化原因

经济与人口是底层

消费结构和文化跃迁

消费习惯变化与营销模式探索

新零售发展机遇

阿里：倡导新零售

京东：建设无界零售

国美：主张社交+品质

网易严选：超脱品牌的自有品牌

小米：科技智能生活

底层技术支撑下的智能化

实体用业态细分应战

无人值守的兴起与趋势

综合体验体现先天优势

深度优化资源和供应链整合能力

深度服务是决战关键

第二篇：消费者洞察分析

什么是消费者洞察

消费者购买决策过程

消费者观察与消费者洞察

消费者洞察误区

案例分析

消费者洞察四大关键步骤

数据支撑消费者洞察

案例分析

第三篇：客户关系管理

基于数据分析的客户关系管理

客户关系管理困境

客户关系管理总体框架与分级管理

专享体系搭建与客服话术体系