

新零售思维课程大纲

【课程背景】

随着互联网的原住民走向社会，他们的认知和消费行为代表未来的趋势并影响到我们实体店的销售，我们实体店需要从销售的产品，环境装修等方面满足他们；另外随着新技术和工具的不断涌现：人工智能，大数据，物联网，微信朋友圈、社群、新媒体等手段，不断的成熟并应用到我们零售实体店中，产生了很多新的零售实体店的样式和改造思维方法。

而马云及阿里研究院关于新零售的定义和出台，更多的是站在大的电商平台角度来定义新零售，而更加广泛的实体店在马总的新零售面前感觉无能为力，没有办法执行。本课在讲解案例的基础上，详细提出来了新零售转型的 15 种思维办法，可以让大家落地执行。

答案尽在《新零售课程思维——让传统企业的转型与蜕变》课程之中。

【课程收益】

- 新零售需求上的表现方式：
- 消费者消费升级：要求产品提升附加值（绿色、环保等），服务体验增强，需求个性化满足等；
- 消费者思维习惯变化：年轻消费群体追求时尚、回归自然生活、满足释放生活压力等；
- 营销和服务：根据用户画像做精准营销及服务，通过移动互联网手段更好的链接服务用户。
- 从执行的层面思考，分成不同级别需要做决策的，有些改动很大要牵扯到整个公司：
- 公司战略级别的全局改变：物联网人脸识别大数据系统，全渠道 O2O 营销系统，产品组合 C2B 智能生产供货，店面整体定位风格的改变，整体营销及商业模式改变。

【培训课时】

或按需求摘选内容缩短或延长课时

【培训对象】

企业经营者、营销负责人、市场策划负责人、各级管理人员等

【授课方式】

讲师讲授 + 视频演绎 + 案例研讨 + 讲师点评 + 现场咨询与辅导

【课程大纲】

第一讲：实体店新零售转型的 15 大思维转变和应用创新

- 微创新思维：产品、营销、到服务任环节的微创新，特别是利用互联网的手段来改善的，很多是基于单店可以做的；比如快速支付，微信社群管理用户，会员体系，会员日建立；微创新很多是可以马上行动的。
- 消费升级思维：要的不但是产品质量，而且是服务体验舒适方便快捷全满足；新的支付工具，新零售品牌集合店在快捷全满足上是一种应对。
- 消费者变化思维：二次元、亚文化、自我中心，除了产品设计迎合以外，甚至包装材料颜色都要适应，洞察消费者的变化；江小白成功、喜茶丧茶营销都是类似的应用。
- 场景体验思维：人工智能、智能试用、VR、3D 等技术应用；如小米之家的舒适感，各种试衣间增大，各种服装品牌的智能试衣。
-联系助理索取详细内容.....

第二讲：大中小微零售企业的新零售案例和应用分析

- 电商如何玩线下案例分析
- 线下企业如何玩全渠道
- 永辉新零售打造超级物种如何融合永辉孵化的 8 个产品
- 实体连锁企业也可以玩共享经济
- “一平方米美好商业”的新零售公司如何开遍上海办公区的
- 一家红酒电商企业是这样通过 OAO 新媒体自组织活动玩新零售的
- 有几十家店的服装企业是这样玩微信社群矩阵做新零售
- 一个小水果店的线下到朋友圈到微信群到微店支付
- 哈尔滨一家企业把洗衣店开到药店的跨界合作

- 新零售快闪店营销及其商业模式

第三讲：零售实体店新零售的产品服务 C2B 和用户体验

- 从打扰了帮你洗衣服的便条和一个小篮子看服务体验
- 一家奶茶店一家特色小吃店如何符合消费者复古需求做新零售
- 素型生活跨界店实际是满足都市人向往自然田野生活的新体验店
- 这家“慢食超市餐厅”火起来是满足了怎样的都市人生活
- 喜茶丧茶营销及江小白看新零售的用户变化和用户体验
- 盒马生鲜是怎么依赖客单价/履约成本比及转化率做新零售
- 新零售品牌集合店成立的原因和背后的变化逻辑
- 一家传统办公楼餐饮店怎么变成白领第四空间完成新零售
- 智能云试衣镜和 3D 高速人体扫描让这家男装企业更早进入新零售
- 三只松鼠的细心入微及萌文化和新零售用户体验
- 海尔和红领的工业 4.0 的个性化定制满足用户需求做新零售

第四讲：实体零售企业 OAO 社群及微信社群和新零售

- 移动互联网下半场什么是组织级社群及新零售实体店如何玩组织级社群
- 零售企业如何利用 OAO 及企业社群做新零售
- 新零售实体店企业如何把客户转入社群（公号的，自媒体，线上的，线下的）
- 微信社群定位运营的 6 大要点（产品要求，名字定位，群规仪式感，参与方，价值，自组织）

- 运营好社群 7 大注意 (占用时间, 需要技能, 团队框架, 互动要点, 粉丝组成, 种子用户, 内容分享)
- 让微信社群里面的种子用户帮助拉新的 3 大办法 (群体价值, 团购, 奖励)
- 让微信社群粉丝马上购买的 6 种样式 (限时优惠券, 红包现金, 场景体验, 稀缺感, 赠品, 线下活动)
- 微信社群内容准备的表格处理和内容分类及资深粉丝生成记录

第五讲：互联网下半场及新零售特征表现形式

- 揭秘马云雷军等新零售 (全渠道、数字化、智能化、体验店、智能物流)
- 中国进入互联网下半场的特征 (OAO) 及表现和应对
- 电商已是传统行业从线下适应线上到线上融合线下
- 新零售特征是消费者主权 SoLoMoMe 提升用户体验
- 新零售的本质是线上线下都没有红利情况下的 CRM
- 实体店仍是主消费场景需要数据驱动的精准零售
- 新零售要求从客户心智角度开发产品和服务做 C2B
- 新零售企业需要有共享经济跨界思维自组织自支付
- 云计算大数据工业 4.0 是新零售的技术基础
- 物联网和人工智能是满足人类需求的下一个风口

第六讲：回归零售的原点和本质及完成作业

1. 新零售仍要回归实体零售的原点和本质
2. 新零售未来的 7 大路标

3. 完成作业：我们公司的新零售（销售产品，店内环境，店员服务，新技术，客户链接管理）

附件：互联网融合产生的一个新领域——新零售领域

结束：新零售打破了 **B2C** 和 **O2O** 的之间的壁垒，实现了融合贯通的新模式！