

新零售时代的会员体系搭建与精准营销

课程背景：

自 2016 年 10 月马云提出新零售这个概念开始，伴随着数据、云计算、人工智能等技术的发展，零售业态在迅速的进化中，行业面临新的挑战，已经发生了翻天覆地的变化，传统零售模式是数量型的线性增长，已经越来越接近持续增长的边际。B2C 电商已成为传统产业，开始触到天花板，增速放缓，电商市场正逐步进入发展成熟期。实体店仍为主要消费场景，但不再是简单的售货中心，而是商品的自提中心和配送中心，是顾客的社交中心和体验中心，纯货架式的门店及电商时代已经过去，实体零售的内在逻辑将发生本质变化。各零售商为了生存下来、发展壮大都在竞相转型，在终端门店管理过程中，由于缺乏对新零售的理解，不知如何有效大量引流、如何搭建顾客管理体系，如何针对现有会员进行精准营销导致的门店顾客持续流失、线上销售业绩平平、最终企业绩效下滑的问题屡见不鲜，让企业管理者非常头痛，为解决这一问题，特开发本课程。

课程收益：

- 了解新零售的定义、核心、发展趋势
- 了解企业新零售转型的七大考验
- 掌握 9 种线上引流方式
- 掌握 7 种线下引流方式
- 掌握线上线下客流互相转化的方式
- 掌握如何运用 RFM 模型搭建分级会员管理体系
- 掌握如何增加会员的消费频次和忠诚度
- 掌握如何针对会员进行精准营销

课程宗旨：

在新零售业态下，为企业详细分析应该如何应对行业变化趋势，分析行业先驱企业如何进行线上引流、进行线上线下流量转化、科学搭建顾客管理体系、并进行精准营销，有效提升销售业绩的案例，从上而下形成新的营销方式，提升业绩，以期达到提升公司业绩水平

课程时间：2 天，6 小时/天

课程对象：终端门店区域经理、零售经理、商场经理级、会员管理中心负责人

课程方式：讲授+案例分析+小组讨论+情境演练+视频教学+课堂任务

课程大纲

引言：

1. 调查报告分析结果公布
2. “旧”零售业态代表--零售行业每年 11 月全球性大事件分析
 - 1) 国际零售连锁的市场的“时光机现象”
 - 2) 西方——黑色星期五
 - 3) 东方——天猫双十一

第一讲：新零售大揭秘

一、新零售的发展态势

1. 线下危机——你的顾客正如退潮般的转移
2. 不可逆转的顾客购物习惯改变

案例解析：商超 VS 便利店

3. 从消费者数据变化看购物新趋势

二、零售业的昨天今天与明天

1. 传统零售 VS 新零售详解

1) 什么是新零售

案例解析：当“鲜花”遇上“新零售”

2) 新零售转型三项必备“硬实力”及三项重要“软实力”

案例解析：无人零售技术革新、马克华菲技术革新、瑞幸咖啡突破记录 1 年半获得 IPO

3) 线上和线下正从传统零售的分庭抗礼走向新零售的四种融合

2. 5G 时代对零售技术升级带来的冲击

视频播放：5G 时代

3. 新零售业态下实体店该何去何从

第二讲：企业新零售转型七大考验

一、新零售对门店的七大考验

1. 技术考验：新零售三项必备技术

案例解析：—三项新技术的内容及最新实际应用

2. 配货考验：如何进行配货与调整

问题剖析：货品品牌众多、sku 多、周转快、售卖周期短、库存压力大，零售商何去何从

案例解析：从 7-11 看配货经营之道

3. 仓储考验：如何突破最后一公里

案例解析：零售门店是否要做仓储与物流

案例解析：盒马模式店仓一体半小时配送到家模式解析

4. 制度考验：线上线下如何不打架

案例解析：如何从生产渠道、活动设置、流量归属 3 个方面避免线上线下常见冲突

5. 生产考验：到底由谁来决定生产

1) 分析以往企业产启思路，建立新零售业态下市场导向思维

案例解析：从“快返”产品看市场导向思维

6. 利润考验：你真正保证利润了吗

案例解析：从三大利润困境看零售商、代理商如何另辟蹊径保住利润

7. 员工考验：销售？客服？躺着赚钱？

1) 新零售时代管理者需要给员工普及的新技能解析

案例解析：新零售时代精油奇迹——林清轩

第三讲：VIP 会员流量从哪儿来

一、7 种线下获客引流的方式解析

1. 传统思路做活动获客模式分析

思考：做折扣一定卖的好吗？

头脑风暴：线下活动引流的新方式

2. 3 招增加门店自然来客

3. 地面推广引流

4. 3 种 MGM 活动引流

5. 探针方式引流

6. 数据交换方式引流

7. WIFI 方式引流

8. UED 方式引流

案例解析：如何让货品本身引流

二、9种线上获客引流的方式解析

1. SED 方式引流
2. SEM 方式引流
3. ASO 方式引流
4. CPS 方式引流
5. DSP 方式引流
6. Banner 方式引流
7. 嵌入代码、小程序方式引流
8. 微信、社交、视频方式引流

案例解析：5分钟销售15000支口红业绩创造者带货哥——李佳琪

案例解析：怎样让朋友圈引流

9. 公众号方式引流

案例解析：参训企业公众号流量分析

- 1) 增加公众号阅读量的四大要点
- 2) 公众号发文设置的三大重点
- 3) 微商城运营的四大要点

互动：头脑风暴如何结合流行热点话题增加点击量

三、线上线下流量转化

1. 把线上流量转化为线下流量使用的3种方式
2. 常见牺牲门店增加线上的错误引流方式

互动：头脑风暴如何实现线下线上流量良性转化

3. 把线下流失的顾客转化为线上购买的四种方法

- 1) 遇到尺码问题时进行转化的话术
- 2) 遇到缺少款式时进行转化的话术
- 3) 遇到无法到店时进行转化的话术
- 4) 长期未买顾客进行转化的话术

第四讲：体系搭建精准营销

一、什么是数据化VIP顾客管理

1. 获取并打通线上线下VIP顾客信息

- 1) VIP顾客行为抓取维度与分析
- 2) 打通线上线下VIP顾客信息的三大要点

2. VIP顾客体系必备——顾客画像

- 1) 什么是顾客画像
- 2) 顾客画像的运用

视频分析：新零售业态下的门店形态与顾客画像对销售策略的作用

3. 运用RFM模型制定顾客管理体系

- 1) 常见顾客管理存在的问题分析
- 2) 最精准管理顾客的方式：RFM模型解析
4. 运用RFM模型结合商品数据对顾客进行精准营销

头脑风暴：你的店铺平时是怎样设置促销活动的

- 1) 针对新注册会员的激活促销方式
- 2) 针对一般客户的促销方式解析
- 3) 针对重要客户留存的促销方式解析
- 4) 针对重要客户流失的促销方式解析

二、不同级别VIP 顾客制度的设立与管理方式

1. VIP 顾客权益与升降级制度设立

- 1) 设置VIP 顾客分级管理制度
- 2) 各层级VIP 顾客权益设置
- 3) VIP 升降级规定设置

案例解析：知名服饰品牌顾客管理体系分析

2. 从战略上入手实现VIP 顾客新增、激活与复购

案例解析：从樊登读书会看会员裂变营销模式

头脑风暴：可在本企业落地的会员管理方式

3. 运用积分提升VIP 顾客粘度

- 1) 合理设置积分比例
- 2) 合理设置积分兑换周期与奖品
- 3) 合理设置积分清零方式

案例解析：有效运用积分制度提升顾客消费

头脑风暴：VIP 顾客优秀管理方式集

4. 付费会员与充值会员制度解析

- 1) 付费会员与充值会员制度的特性
- 2) 付费会员制度实际运营的重点

案例解析：从盒马鲜生、cosco 看付费会员模式是如何成功的

- 3) 充值会员制度实际运营的重点

案例解析：从银泰百货、时尚靓点看充值会员模式是如何成功的

三、制定一场好的营销活动

1. 营销活动设置三大要点

互动：你们公司过去如何设置营销活动

2. 营销活动规划要点分析

3. 四种常见营销活动解析

- 1) 折扣
- 2) 买赠
- 3) 满减
- 4) 积分

4 营销活动内容设置技巧

- 1) 活动目的
- 2) 活动规则
- 3) 活动客群
- 4) 参活商品

四、执行好一场有效果的营销活动

1. 营销活动利益核心

互动：为什么“打折”不一定能提升门店业绩

2. 活动指标设定与

3. 一行为一数据看活动宣传

4. 一核心两数据评估活动吸引度

5.“三三两两”十全把握保证活动效果

- 1) 三准备
- 2) 三检查
- 3) 两数据
- 4) 两思考

课后总结：所学知识点总结与落地内容梳理