



《数字化新零售转型操作全攻略》

讲师：史杰松博士

■课程背景：

随着 85,90 后数字化的原住民走向社会，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 2016 年底关于新零售的定义和出台，无疑把新零售推到了媒体的前台，但仔细看后才发现马总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。

课程针对实体店根据用户需求变化新技术的应用，能执行的实体店的转型办法做了详细的总结，在讲解案例的基础上，详细提出来了新零售转型的操作办法，可以让大家落地执行。

■课程收益：

- 掌握新零售最新动态、主张、观点、案例及前沿方案；
- 了解线下实体店、电商与 O2O 新零售精彩案例；
- 培养新零售思维与战略意识；

- 了解新零售的具体打法、零售创新点等，稳抓新零售的牛鼻子；
- 帮助实体企业加快结构调整、创新零售方式、提升业务效率；
- 帮助传统商贸零售企业实现零售升级，培养更多适应新零售经济需要的人才，打造适应创新型、技能型管理队伍。

■课程时间：

2天，6小时/天

■课程对象：

企业老板、总经理与高管

■课程方式：

案例分享，理论讲授

■课程大纲：

第一章：新零售大势观澜——本质与改变

一、上马新零售，先搞清这些关键问题

1. 亚马逊写了一篇新零售的好文章
2. 天猫、京东、苏宁三国杀：布局新零售的版图扫描
3. 价值定义：新零售是个什么梗？
4. 价值发现：新零售能帮你实现什么？
5. 价值自省：旧零售 VS 新零售、电商 VS 店商、O2OVS 新零售
6. 价值再造：如何上马新零售？一家老牌企业的电商逆袭
7. 价值反思：电商、线下店在新零售里扮演的角色？如何对标新消费群体与新消费习惯

二、新零售思维的天龙八部

1. 无界思维：打破线上线下、虚实隔阂

2. 网状思维：全网覆盖，消费者在哪里，网升到哪里，全员布网

案例：周黑鸭布下的网：如何将鸭产品卖上了市

3. 生态思维：产品单点突破，建生态链、生态圈，共建、共享、共赢

案例：老干妈如何从辣椒酱出发，写下品类的零售传奇

4. 场景思维：人、时间、地点、事件，未来就是现在

案例：必胜客的智慧餐厅

案例：亚马逊的场景奇招

案例：星巴克如何用场景设计让你多花钱

案例：国美的改造：网咖+电竞+影院

5. 互动思维：全渠道反馈与互动

6. 品牌思维：千古颠扑不破的真理，品牌影响广度、深度与兴奋度

7. 定制思维：根据地域、职业、季节等多维度客户画像，提供产品快速定制

案例：皮阿诺的定制

案例：索菲亚的定制

8. 数据思维：消费者画像、按需智能供货等

第二章：新零售的十种打法

1. 电商新零售：以电商为核心的新零售，C2B

2. 店商新零售：以店面为核心的新零售

3. 从匿名消费到实名购买：会员+粉丝运营

4. 购物环境的第三次革命

1) 购物环境与体验还能怎么变

2) 优化的 6 种策略

案例：就试-试衣间

5. 新技术特种兵：移动支付、在线订单、智能试用、VR 等

6. 多模式创新

买手制、工厂店、大联采、跨境采、无人值守店、消费金融+新零售等

案例分析：武汉中百、山东百意

7. 借道新媒体营销，打赢新品牌战

8. 依托企业自媒体的零售战法

企业微博号、企业公众号等

案例：海尔、京东、VIVO、雕牌等如何用微博公众号自媒体做销售

9. 跨界联盟集合店打法

案例：银泰商业的 HouseSelection

案例：奇客巴士的黑科技集合店

10. 超级 IP 崛起，建立以 IP 为核心的新零售生态圈

案例：迪斯尼、大嘴猴、+明星、+设计师、+卡通等

案例：韩寒餐厅“很高兴遇见你”为什么做到关店

第三章：获客的道与术：新零售的十大系统

导论：一个变与一个不变（产品服务商誉继续做好；经营思维方式工具渠道要变）

一、产品系统

1. 向定制进军

2. 爆品、匠品、韧品战略

二、渠道系统

1. 电商渠道、线下渠道的搭建
2. 引流闭环的设计
3. 转化机制的设计

案例：资生堂的数字化销售出奇招

案例：沃尔玛的会员店

三、视觉系统

1. 客户需要什么样的视觉，如何摸清与判断

案例：布朗熊啤酒 Bar 放了什么样的视觉大招

案例：天虹那家高颜值商场，是怎么回事

案例：跟高手交朋友，再看几家把视觉系统做得相当漂亮的企业

四、概念系统

1. 产品概念
2. 网络品牌概念
3. 实体品牌概念
4. 概念统一化与个性化

五、服务系统

1. 线上服务
2. 线下服务
3. 全渠道服务
4. 全场景服务

案例：创业板敲钟的尚品宅配，它讲了一个怎样的 O2O 零售故事

六、成交系统

成交转化机制

案例：大商的2000万会员+天狗网的电商布局

七、招商系统

1. 传统招商

2. 线上招商

八、话语系统

1. 店面导购话术

2. 网络咨询与客服话术

案例：三只松鼠的卖萌

案例：京东客服话术的那些传奇

九、运营系统

案例：永辉的二维码零售玩法

十、资源系统

1. 资源整合对象

2. 跨界联盟

3. 自有资源最大化

案例：一家返利网站+百货公司的新零售布局

第四章：网聚客户的力量——新零售的营销网络搭建

一、以消费者运营为出发点的全域营销

二、一核驱动：电商平台的搭建与运营

案例：韩都衣舍、丹麦绫致、唯品会、聚美优品万达电商败在哪里

案例：富士康为什么做不成电商

三、新销售网络

1. 新经销商
2. 新合作模式
3. 新互动机制

案例：京东的京选空间；经销商合伙人制等

四、全网引流：设计全网客户引流系统，打赢整合精准营销硬仗

1. 全网引流获客的 40 套兵法
2. 32 套内容营销兵法
3. 打赢新零售精准营销+创意营销获客的关键策略

五、线上线下渠道营销闭环

1. 三种搭建方式
2. 天罗地网

案例：《海澜之家的线上线下 O2O 成功之处》

案例：《俏十岁的微商网络运营》

案例：《江小白的创新渠道网络》

案例：《便利店版的星巴克解析》

第五章：新零售赢的销售网点怎么造？

1. 实体店（销售网点）要做到的五种改变（智能零售怎么个智能法）
2. 实体店如何挽救颓势；如何再升级。

案例：百安居的小店；海底捞用服务支点，撬起线下新零售这座大山

3. 店商+电商之战：销售网点如何用好电商、用好新媒体、网络引流

- 1) 微信+门店

2) 小程序+门店

案例：苏宁的全员微商；万达的动静；万科广场的“老公寄存室”

4. 联盟销售网点：最后一公里的游骑兵
5. 引导指尖：移动销售的最后一公里
6. 网络销售引导：网上商城的销售最后一公里

第六章：机制扶上位——新零售运营体系的设计

1. 从电商新零售到店商新零售的运营体系设计
2. 渠道共赢生态：线上线下渠道的四种合作机制
3. 协同作战：线上线下渠道的三种联动机制

第七章：打造能征善战之师——新零售人的能力结构

1. 坐销=坐“消”（消亡）
2. 赢在组织：如何设计新零售组织架构
3. 如何打造新零售队伍：新能力结构、新能力清单
4. 人人都是经营者：每一位个体都是一个关键点

第八章：破解新零售的五个困境

1. 零售网点多，为什么卖不动货？
2. 专门的团队运营网上商城，为什么不赚钱？
3. 造好了线上线下销售渠道闭环，为什么客户增长依然乏力？
4. 跑赢最后一公里，新零售需要什么新能力？
5. 对接消费者的新零售人才，如何培养？

第九章：趋势研判——哪些新零售业态可能生存得比较好？

1. 新零售的近景与远景宏图
2. 3D4D 打印、ARVR、传感器物联网、人工智能等新技术全领域运用
3. 主题特色类：
 - 1) Adidas 的科技主题店
 - 2) 曼哈顿切尔西市场 ChelseaMarket 的文艺范
 - 3) 京东智能娱乐体验馆 JDSPACE
4. 体验场景类：宜家家居、星巴克等
5. 生活方式贩卖类：诚品、无印良品等
6. 意见领袖类：设计师品牌店、网红店等
7. 单点突破类：在某款产品、某种渠道上做得非常好，其它渠道辅助，一超多强
8. 消费金融类：用消费金融激活新零售，发展消费商体系