

---

# 《新零售下营销突破与创新》

## 【课程前言】

“未来的十年、二十年，没有电子商务这一说，只有新零售。”在后电子商务时代，作为中国电子商务的领军人物马云开启了阿里巴巴集团“新零售”时代。顺势而为，因势利导，“新零售”时代的到来，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式，因而新零售改变的不仅仅是一种营销模式，而是在营销模式背后重塑业态结构与生态圈。在“新零售”时代如火如荼的讨论中，也引发一系列对营销的思考。

## 【课程收获】

借势“新零售”时代，扭转原有的营销思维，重构企业营销模式，为举步维艰的营销工作寻找新的突破口。

- 将“新零售”理念以及由此带来的创新思维引用到现在营销工作中；
- 利用“新零售”时代的特殊阶段，以营销的视角定位企业产品，建立忠实客户群，完善现有营销渠道；
- 在“新零售”时代的风口浪尖，借势时代的变迁，改变现有的营销规则，扭转持续已久的营销困境，实现营销结果的华丽逆转；

站在“新零售”时代的风口浪尖，我们不应该坐看时代的风起云涌而无动于衷，知识的无界特征让我们的企业在这个时代留下烙印与痕迹。

## 【课程特色】

**特色一：课程+案例库+手册+工具+流程+体系**

摒弃传统的“只教学，不应用”课程理念，以实际应用为导向，围绕营销目标，提供营销体系、工具、手册、流程及案例库。

**特色二：课程培训+主题研讨+座谈会+沙龙模拟**

通过培训课堂进行理论与方法的讲授，同时结合营销工作实际，通过座谈会、沙龙进行研讨，将理论与实际进行结合。

## 【课程大纲】

### 新零售趋势--互联网下半场新零售及企业 OAO 发展趋势

- ☐ 马云新零售的特征表现和应对
- ☐ 人工智能大数据共享经济玩新零售
- ☐ 消费者主权和线上线下都没红利的 CRM
- ☐ 情感标签社区商务 OAO 社群与客户体验
- ☐ 85 后、90 后新兴消费社群对企业的影响

### 新零售概念--后互联网时代的特征及新零售的概念

- ☐ 从阿里巴巴和 IDG 的定义与实践了解新零售；
- ☐ 新零售的新时代，2017-2036 不可逆转的新趋势；
- ☐ 新零售时代的新选择：弯道超车，还是换道超车？
- ☐ 阿里、京东、苏宁企业在新零售上的探索
- ☐ 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 AR、VR 是满足需求的风口

### 新零售案例--从新零售案例剖析新零售营销

- ☐ 上品百货、好市多、盒马鲜生
- ☐ 名创优品、亚马逊 GO、阿里巴巴无人超市
- ☐ 二次元、亚文化、自我中心的消费者变化思维
- ☐ 以消费者主权为中心消费者主权思维。
- ☐ 人工智能、智能试用、VR、3D 等技术场景体验思维

## 新零售品牌--新零售下的品牌及业绩增长

- 大中小微企业的新零售应用分析
- 新零售应用工具与方法

- 实体连锁企业的同享经济

- 微信社群矩阵做新零售

## 新零售策略--新零售下的营销“孤独九剑”

- 新零售下的营销环境、技术及策略
- 新零售时代的创“新”爆点法则

## 新零售应用--新零售下的营销策略升级

- 新零售的产品服务 C2B 和用户体验
- 新零售营销的策略与技巧

- 企业运用新零售的方法、流程、步骤与实操工具

- 新零售可能的业务模式和创新分析
- 行业消费人群行为洞察变迁

- 

- 所在的行业特称及可能匹配的选择
- 新零售企业的产品系

-

