

互联网时代,商业新零售

主讲：薛腾蛟老师

【课程背景】

自从马云提出：“纯电商时代很快会结束，未来的 10 年 20 年，没有电子商务这一说，只有新零售，也就是生活线上线下和物流必须结合在一起，才能诞生真正的新零售”。“新零售”成为了当今时代的热门商业话题。

中国的消费市场已经进入了“双轨”并行的时代，一边是中产阶级以及上层中产的快速崛起，他们的消费需求升级倒逼零售业全面转型；一边是伴随着互联网成长的具有极强消费实力的 80/90/95 后（新兴消费群体），消费个性化以及便捷娱乐性的特质成为了新的消费增长引擎之一。不管是实体零售还是虚拟零售商，如何跳出行业思维和既有商业套路的框架，深入的认识“新零售”的本质是消费群体的快速变迁驱动的消费场景和消费模式变革，以及如何定位消费“人”，改变消费“场”，重塑和提升品质品牌，才是当下最需要解决的问题。

新零售以消费升级为大背景、以新技术所引发的一场革命，从线上线下的打通、到大数据云计算、高效物流，以及整个零售业产业链的创新所引发的革命。这场革命，首先肯定是有利于消费者，更利于商家，最有利于整个实体经济。所以，就像前些年大部分企业拥抱互联网一样，今天我们同样应该利用互联网新技术，学习了解新零售模式，从而提升自身企业的经济效益。

【课程对象】

企业总裁高管、市场营销负责人、零售负责人、渠道主管、电商主管等

【课程收获】

- 1、掌握新零售最新动态、主张、观点、案例及前沿方案。
- 2、了解线下实体店、电商与 O2O 新零售精彩案例
- 3、培养新零售思维与战略意识
- 4、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
- 5、掌握社群营销、直播、短视频带货等前沿新媒体营销方法。

【课程授课方式】

讲座+互动

【课程培训时长】

一天或两天

【课程大纲】

一、上马新零售，先搞清这些关键问题

价值定义：新零售是个什么梗？

价值发现：新零售能帮你实现什么？

价值自省：旧零售 VS 新零售、电商 VS 电商、O2O VS 新零售

价值再造：如何上马新零售？一家老牌企业的电商逆袭

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

案例分析：亚马逊的智能推荐与无人店 Amazon Go、阿里巴巴的跨界集合店与盒马生鲜

二、新零售思维的天龙八部

(一) 无界思维：打破线上线下、虚实隔阂

(二) 网状思维：全网覆盖，消费者在哪里，网升到哪里，全员布网

(三) 生态思维：产品单点突破，建生态链、生态圈，共建、共享、共赢

(四) 场景思维：人、时间、地点、事件，未来就是现在

(五) 互动思维：全渠道反馈与互动

(六) 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

(七) 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

(八) 数据思维：消费者画像、按需智能供货等

三、新零售的十种打法

(一) 电商新零售：以电商为核心的新零售，C2B

(二) 店商新零售：以店面为核心的新零售

(三) 从匿名消费到实名购买：会员+粉丝运营；

(四) 购物环境的第三次革命（购物环境与体验还能怎么变？）

(五) 新技术特种兵：移动支付、在线订单、智能试用、VR 等

(六) 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）

(七) 借道新媒体营销，打赢新品牌战

(八) 依托企业自媒体的零售战法

(九) 跨界联盟集合店打法

(十) 超级 IP 崛起，建立以 IP 为核心的新零售生态圈

四、获客的道与术：新零售的十大系统

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：向定制进军；爆品、匠品、韧品战略

(二) 渠道系统（电商渠道、线下渠道的搭建；引流闭环的设计；转化机制的设计。）

(三) 视觉系统（客户需要什么样的视觉，如何摸清与判断？）

(四) 概念系统（产品概念、网络品牌概念、实体品牌概念、概念统一化与个性化）

(五) 服务系统（线上服务、线下服务、全渠道服务、全场景服务。）

(六) 成交系统（成交转化机制）

- (七) 招商系统 (传统招商、线上招商)
- (八) 话语系统 (店面导购话术、网络咨询与客服话术)
- (九) 运营系统 (案例：亚马逊的二维码零售玩法)
- (十) 资源系统 (资源整合对象、跨界联盟如何搭建)

五、网聚客户的力量：新零售的营销网络搭建

以消费者运营为出发点的全域营销

- (一) 一核驱动：电商平台的搭建与运营
- (二) 新销售网络：新经销商、新合作模式、新互动机制
- (三) 全网引流：设计全网客户引流系统，打赢整合精准营销硬仗
- (四) 线上线下渠道营销闭环：三种搭建方式，天罗地网

六、跑赢最后一公里，客户留存率的二次革命：新零售的销售网点怎么造？

(一) 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)
(实体店如何挽救颓势；如何再升级。案例：国美电器新零售策略；海底捞用服务支点，撬起线下新零售这座大山)

(二) 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；
微信+门店；小程序+门店。

- (三) 联盟销售网点：最后一公里的游骑兵
- (四) 赢在指尖：移动销售的最后一公里

七、企业微信社群营销实战技巧与方法

(一) 移动互联网微商社群微营销趋势及用户习惯改变
(二) 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)

(三) 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)

(四) 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)

(五) 让微信社群粉丝马上购买的策略 (限时优惠券，场景体验，稀缺感，赠品，线下活动)

八、网红直播、抖音、快手短视频等新媒体模式

- (一) 直播时代，店铺直播化与员工网红化的体系搭建
- (二) 做好直播营销的选品策略、话术设计、引流方法
- (三) 如何迎合短视频平台的算法逻辑和推荐机制
- (四) 抖音、快手热门内容传播特点分析

(五) 企业直播与短视频营销矩阵搭建

【主讲老师】

浙江大学总裁班导师

浙江省十佳创业导师

杭州市领军人才

杭州大学生创业导师

【阅历简述】

★薛腾蛟老师已拥有 16 年的从业经验，在互联网营销及商业模式创新领域里，积累了深厚的理论功底、丰富的实战经验，课程内容多数以亲自操作过的真实案例为主导。2016 年杭州市创业导师大赛，荣获全杭州市第一名。2017 年浙江省创业导师大赛，荣获全省第二名。

★薛腾蛟老师是互联网圈内资深的营销专家，常年在浙江大学、上海交通大学、西安交大等知名高校为政府领导干部与企业家授课。擅长用互联网思维为企业量身定制品牌战略、电商战略、新媒体营销战略。

★薛腾蛟老师已为近百家大、中型企业提供过电商顾问与互联网营销服务。

【合作的企业】

宁波杉井奥特莱斯、中新力合控股集团、奥佳华、浙江联通、杭州万达广场、国家电网浙江省分公司、浙江银河药业、横店影视、博洋家纺、鲁商集团、大唐房屋、春诚礼品、许氏洋参……

【合作的政府】

湖北省文广新局、河南省发改委、山西省中小企业局、海南省体育局、广东梅州市政府、山东省人社厅、山东菏泽市商务局、江西上饶市商务局、湖南永州市商务局、吉林市政协、南宁市文广新局、昆明市人社局、广东惠州市总工会……

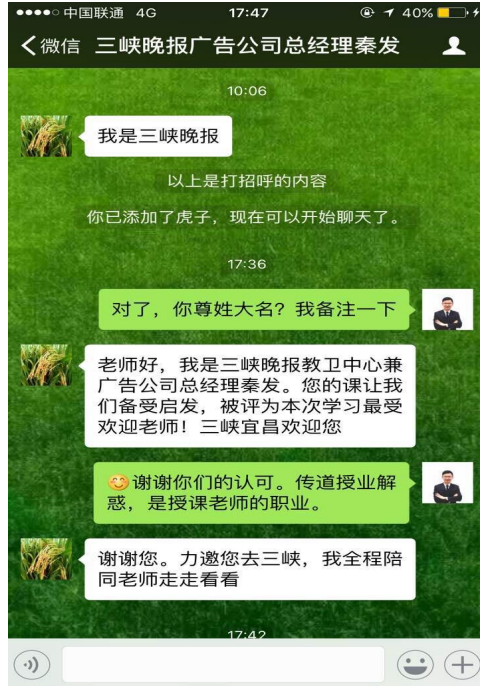
【合作的银行】

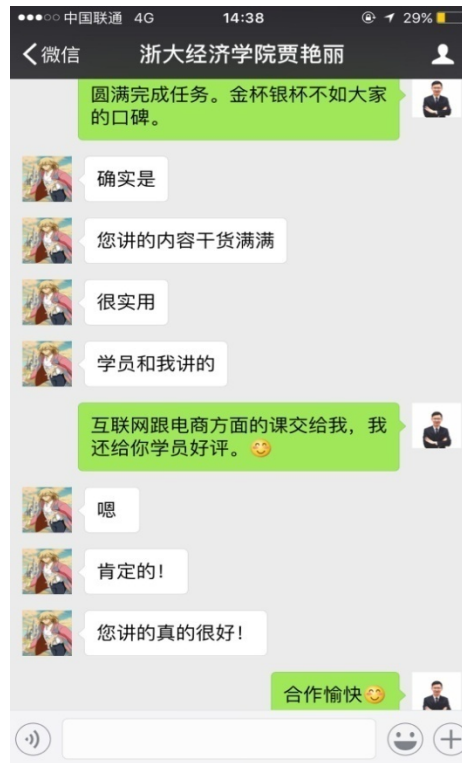
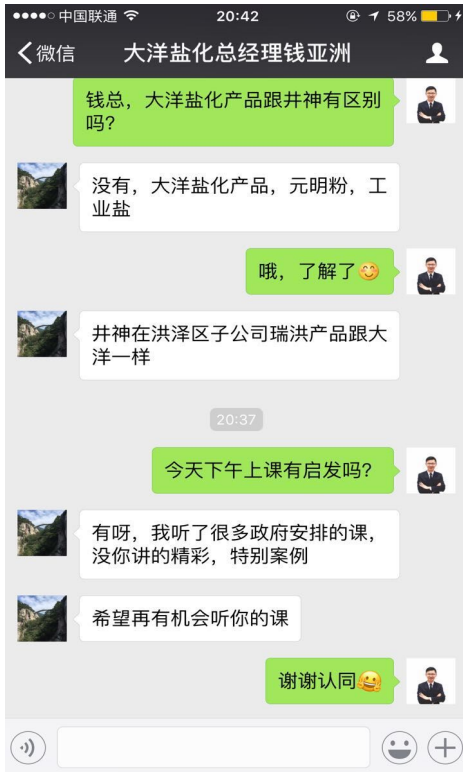
宁波银行总行、天津邮储银行、工商银行杭州分行、交通银行金华分行、招商银行金华分行、张家口银行、金华银行总行、杭州联合银行总行……

【授课风采】



【学员好评】





【导师聘书】