

# 新零售课程大纲

主讲人：薛腾蛟老师

## 第一讲：互联网下半场及新零售特征表现形式

1. 揭秘马云新零售（全渠道、数字化、智能化、体验店、智能物流）
2. 中国进入互联网下半场的特征及表现和应对
3. 电商已是传统行业从线下适应线上到线上融合线下
4. 新零售特征是消费者主权 SoLoMoMe 提升用户体验
5. 新零售的本质是线上线下都没有红利情况下的 CRM
6. 实体店仍是主消费场景需要数据驱动的精准零售
7. 新零售需要情感标签通过 OAO 社群来链接客户
8. 新零售要求从客户心智角度开发产品和服务
9. 物联网和人工智能是满足人类需求的下一个风口

## 第二讲：新零售转型的思维转变和应用创新

1. 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。

2. 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。

3. 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、喜茶营销都是类

似的应用。

4. 消费者主权思维：特别对于实体店，建立 SoLoMoMe(social 社交+local 本地化

+mobile 移动+personalized 个性化)，以消费者主权为中心，建立服务思维。

5. 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。

### **第三讲：大中小微企业的新零售案例和应用分析**

1. 电商如何玩线下（阿里银泰生活选集，京东 100 万便利店，小米之家）

2. 线下企业如何玩全渠道（百联集团，苏宁云商，国美和大润发超市）

3. “一平方米美好商业”的新零售公司如何开遍上海办公区的

4. 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

5. 有几十家店的服装企业是这样玩微信社群矩阵做新零售

6. 一个小水果店的线下到朋友圈到微信群到微店支付

#### **第四讲：新零售的产品服务和用户体验**

1. 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
2. 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
3. 喜茶营销及江小白看新零售的用户变化和产品体验
4. 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
5. 新零售品牌集合店成立的原因和背后的变化逻辑
6. 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
7. 三只松鼠的细心入微及萌文化和新零售用户体验

#### **第五讲：大数据云计算会员营销和新零售**

1. 大数据云计算的定义由来和应用（海量快速分析）
2. 大数据时代的零售商业思维及企业变革
3. 新零售个性化的我的淘宝和今日头条原理
4. 大数据建模及数据形成（电商银行电信）
5. 大数据决策（卖场零售电影反馈医院决策警察行动）
6. 大数据新零售数字营销（零售 DSP 电信手机收集）

#### **第六讲：实体店新零售玩法及通过某个特色做到极致**

1. 主题特色类新零售：素型生活馆，Riso 未来店

2. 反都市生活新零售：大自然或者复古装修
3. 幽默有趣生活向往：喜茶店，江小白酒
4. 年轻人吃饭交友娱乐需求：饭店的交友空间
5. 体验满足（消费者某一方需求）：Riso 未来店，盒马鲜生

选择以上模式中的一到几种，做到极致，通过营销和口碑无限放大。

### **第七讲：实体店企业实施新零售的执行过程步骤解析**

1. 新零售可能的业务模式和创新分析
2. 我们所在的行业特称及可能匹配的选择
3. 企业新零售运营体系的设计与构建
4. 我们行业消费人群行为洞察变迁
5. 新零售企业的产品系统体系

### **第八讲：回归零售的本质及解决方案提供**

1. 新零售仍要回归实体零售的原点和本质
2. 新零售未来的营销战略
3. 解决方案：我们公司的新零售（用户变化，行业特称，产品组合，店内环境，店员服务，全渠道，营销品牌，新技术，客户链接管理）