

《百货日化业的新零售创新》课程教学大纲

课程名称：《百货日化业的新零售创新》

课程性质：内训/公开课

培训对象：营销人员、企业主、流通业老板

教学时数：学时：一天

课程简介：零售业的商业模式在互联网时代产生了深刻的变化，传统零售的思维受到冲击，必须根据新情况进行改革和创新。传统时代是“买”的没有“卖”的精，互联网时代是“卖”的没有“买”的精，时代的发展召唤新零售的诞生，新零售就是基于大数据、云计算等新兴科技，以数据为驱动，以满足个性化需求为目的，借助体验式服务完成的点对点的商业行为。经销商必须关注零售店的出货，关注零售消费人群的变化，感知市场消费趋势，这一切就必须掌握新零售的经验和方法。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配以现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要

第一章：贸易战下的日用百货市场格局

1. 中国目前经济的真实情况
2. 在贸易战下企业百货日用的方向
3. 企业如何分析和了解新型经济
4. 如何理解做“熟”与创新的关系
5. 如何盘点资源如何利用资源
6. 百货业商业模式的创新
 - ✓ 产品金字塔模式
 - ✓ 产品迭代模式
 - ✓ 行业标准模式
 - ✓ 解决方案模式
 - ✓ 配电盘模式
 - ✓ 客户细分模式
7. 关注新渠道的兴起
 - ✓ 渠道的变化：天网、人网、地网
 - ✓ 网红带货
 - ✓ 微信的社群营销
 - ✓ 抖音、火山的视频营销
 - ✓ 消费人群观念的变化
8. 案例：雅昌从C端到B的商业模式
9. 案例：大数据社区的商业模式

第二章：百货日用业的发展趋势

1. 传统零售业的困局
2. 客户都到哪里去了
3. 互联网营销的瓶颈

4. 线上营销的瓶颈
 - ✓ 流量费用增高
 - ✓ 体验感差
 - ✓ 线下门店的收购潮
 - ✓ O2O 操作的困难
5. 新商业人联网的形成；
6. 新零售的核心四点
7. 电商大佬说新零售
8. 新零售精确解读
 - ✓ 云计算
 - ✓ 个性化
 - ✓ 体验式
 - ✓ 点对点
9. 新技术的产生
10. 新零售产生的背景
11. 新零售的十化
12. 营销的变化：移动化、碎片化、场景

第三章：新零售的运用与操作

1. 定位 WIFI 数据输出
2. WIFI 分析动线
3. WIFI 分析驻留点
4. 消费文化与网红
5. 年轻人的消费习惯
6. 新零售管理优化-资产增值
7. 找出高消费高转化用户
8. 预约服务
9. 没有等待空间
10. 提升购物体验
11. 购物分享
12. 新零售用户开源与引导
13. 线上的客流导入线下商家
14. 分级销售实现 0 库存
15. 转换率 VS 平效
16. 曝光率 VS 产品陈列
17. 客户体验感如何优化
18. 新零售与社群营销
 - ✓ 社群构成的 5 个要素
 - ✓ 建的社群为何无效
 - ✓ 社群的生命周期
 - ✓ 加群和建群的动机

- ✓ 社群管理的方法
- ✓ 粉丝经营的核心动作
- ✓ 如何从粉丝到社群
- ✓ 微信营销：暧昧经济情感营销
- 19. 案例：线上和线下结合的场景营销
- 20. 案例：O2O的模式激活珠宝点
- 21. 案例：新零售如何销售高端产品
- 22. 案例：Tea-bank 如何用互联网转型

第四章：用新零售提升业绩

1. 会员大数据体系下的营销
2. 精准推送方案
3. 组合营销方案
4. 新零售平台的架构
5. 新零售门店布置技巧
6. 多元化的门店经营
7. 门店营销氛围营造十法
8. 新零售与品牌运营
9. 销量增长的模式
10. 数据化的市场跟踪
11. 社群营销的兴起
12. 场景化的终端分析
13. 传统企业+互联网的困惑