



202

刘新宇

《360 度解密新零售》

果程大纲

【课程名称】 《360 度解密新零售——向小米+盒马鲜生学习新零售》

【课程背景】

1. 什么是新零售？新零售的本质是什么？
 2. 小米新零售，如何做到 20 倍坪效？
 3. 天猫小店，如何利用大数据助力线下零售？
 4. 盒马鲜生，为什么坚持必须用 App 才能买单？
 5. 名创优品，实体小店在电商冲击下，如何拥抱春天？
- 本课程用小米、海尔、盒马鲜生等十余家新零售企业案例，全景式揭秘新零售背后的逻辑与运营方法。

【课程时长】 1-2 天

【适用对象】 一切想学习与理解新零售的企业

【课程收益】

1. 深刻理解什么是零售——零售的本质
2. 深刻理解什么是新零售——新零售的本质
3. 深度掌握新零售背后的逻辑与运营方法
4. 小米+盒马鲜生的新零售经营顾问亲自授课

【课程大纲分享】

第一课：新零售的本质

1. 为什么会出现新零售
2. 什么是零售——零售的本质
 - 2.1 零售，连接“人”与“货”的“场”
 - 2.2 人： $\text{流量} \times \text{转化率} \times \text{客单价} \times \text{复购率}$
 - 2.3 货：D—M—S—B—b—C
 - 2.4 场：信息流 资金流 物流
3. 什么是新零售——新零售的本质

第二课：数据赋能：线上、线下都不能代表新零售

1. 零售，从来没有“本质”的交易结构
2. 信息流：高效性 vs 体验性
 - 2.1 互联网：信息流的高速公路
 - 2.2 线下：无法取代的体验性
 - 2.3 新零售：用数据为体验性插上效率的翅膀
3. 资金流：便携性 vs 可信性
 - 3.1 互联网：前所未有的便捷
 - 3.2 线下：见面，还是更值得信任
 - 3.3 新零售：用数据建立新的信用
4. 物流：跨度性 vs 即得性
5. 案例：天猫小店：大数据助力线下零售
 - 5.1 千店千面，精准匹配社区消费群体
 - 5.2 便利店，大体量“流量收集器”

第三课：坪效革命：从“人”的角度理解新零售

1. 销售漏斗公式
 - 1.1 流量：一切与消费者的触点
 - 1.2 转化率：提高转化率，找对社群很重要
 - 1.3 客单价：更透析数据，更洞察用户
 - 1.4 复购率：体现“忠诚度”
2. 新零售案例：小米新零售，如何做到 20 倍坪效
 - 2.1 选址对标快时尚 低频变高频
 - 2.2 爆品战略 大数据选品
 - 2.3 提高连带率 增加体验感
 - 2.4 强化品牌认知 打通全渠道
3. 新零售案例：盒马鲜生，被线下门店武装的生鲜电商
 - 3.1 想成大事，必须要顶层设计
 - 3.2 现买现吃，打造极致体验
 - 3.3 为什么必须用 App 才能买单
 - 3.4 30 分钟物流打造“盒区房”
 - 3.5 坪效革命，来自完全不同的交易结构

第四课：短路经济：环节越短，效率越高

1. 商品供应链：人与货不必在商场相见
2. 新零售案例：Costco，M2B 成就零售“优等生”
 - 2.1 会员制引领 Costco
 - 2.2 低价格 高口碑，会员费反哺利润
3. 新零售案例：天猫小店，S2b 赋能传统夫妻店
 - 3.1 给小卖店配备“现代化武器”
 - 3.2 零售业之外，超多小 b 等待赋能