

《企业 O2O 新零售营销/供应链管理与实践》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

在互联网技术飞速发展和消费者需求不断变化的时代背景下，传统商贸企业面临着诸多挑战。O2O 新零售模式的兴起，为商贸企业带来了新的机遇和发展空间。通过整合线上线下资源，实现全渠道营销和服务，商贸企业可以提升客户体验，提高运营效率，增强市场竞争力。本课程旨在帮助商贸企业深入了解 O2O 新零售模式，掌握布局策略和方法，实现转型升级。

【课程收益】

深入理解 O2O 新零售模式的内涵和特点，把握行业发展趋势，学习 O2O 新零售布局的策略和方法，包括线上线下渠道整合、营销推广、客户服务等方面。掌握 O2O 新零售技术的应用，如移动互联网、大数据、物联网等，提升企业的运营效率和管理水平，并通过案例分析和实践操作，积累 O2O 新零售布局的经验，提高企业的创新能力和应变能力；培养团队的 O2O 新零售思维和能力，为企业的可持续发展奠定基础。

【课程特色】

课程内容紧密结合企业的实际情况，提供大量的案例分析和实践操作，让学员能够学以致用，采用小组讨论、案例分析、角色扮演等多种教学方法，激发学员的学习兴趣和参与度，提高学习效果，根据企业的需求和特点，提供个性化的课程解决方案和咨询服务，满足企业的不同需求。

【课程对象】

高层管理人员、市场营销人员、电商运营人员、信息技术人员等

【课程时长】

1~2 天（6 小时/天）

【课程大纲】

第一部分：O2O 新零售概览

1.1 O2O 新零售定义

- O2O 新零售概念解析
- 新零售与传统零售的区别

1.2 全球新零售趋势

- 国内外新零售发展现状
- 新零售的未来展望

1.3 成功案例分析

- 国内外成功案例分享
- 案例背后的商业逻辑

第二部分：构建 O2O 新零售战略

2.1 消费者行为研究

- 消费者需求分析
- 用户画像构建

2.2 线上平台搭建

- 电商平台选择与建设
- 移动应用开发与优化

2.3 线下实体布局

- 门店选址与设计
- 物流配送体系规划

第三部分：O2O 新零售的技术支撑

3.1 数据分析工具

- 大数据与云计算
- 数据驱动决策

3.2 智能化设备应用

- 无人售货机与智能货架
- AR/VR 体验技术

3.3 安全与隐私保护

- 数据安全防护措施
- 隐私政策与合规性

第四部分：营销与客户服务

4.1 多渠道营销策略

- 社交媒体营销
- 内容营销与口碑传播

4.2 用户体验优化

- 线上线下无缝对接
- 快速响应与服务支持

4.3 忠诚度计划

- 会员体系建立与维护
- 积分与优惠活动设计

第五部分：评估与持续改进

5.1 绩效指标设定

- 关键绩效指标 (KPIs)
- 目标管理与考核

5.2 反馈循环机制

- 用户反馈收集与分析
- 问题追踪与解决流程

5.3 持续迭代与创新

- 技术更新与应用
- 模式创新与业务扩展