公司，诚邀贵单位参与《新零售时代下传统企业营销模式创新》课程！

**预约官网：www.timesmba.com**

**《新零售时代下传统企业营销模式创新》**

**【上课时间】**2021年5月15-16日

**【培训对象】**销售总监、大区经理、销售团队管理者、人力资源总监、培训经理、企业内部销售培训师

**【课程费用**】3800元/人，费用包含：学费、资料费、休闲点心及其它服务费，交通和食宿费用自理。

**【报名咨询】**艾老师 13924220993

**主讲老师：李老师**

* ****18年电子商务实战经验
* 8年互联网营销新零售实战培训经验
* **曾任：**乐天电商集团 | CEO
* 京东第一本实操类《京东运营宝典》作者
* 创业黑马**连续3年**指定讲师，被评为最受欢迎导师
* 京东、淘宝网、拼多多常年特邀讲师
* 第七届电子商务文化节电子商务导师“金马奖”获得者
* 国台办特邀电商专家/中国电子商务联盟ECCEO特邀导师
* **擅长领域：**爆款产品打造、电子商务运营、社群营销、短视频营销、大数据营销

**课程背景**

近年来互联网思维，新零售等“网红式”似的用语，成为了每一个传统企业的必修之课，然而到底什么是新零售，什么是互联网思维缺没有一个真正的概观定论，本课程的主旨的“新”在于顺势下的变化，从一个新零售玩家的角度告诉学员何谓新零售。同时在学员经营层面的点滴细节中逐渐形成一套以用户为中心、以效率提升为目的、以降低成本为己任的小而美新零售体系搭建。

导师在电商新零售改造，O2O线上线下融合等方向有着独到的思维，秉持着所有的市面上的新零售案例都是旧零售的观点（即出现即陈旧的观点）只能借鉴而非复制的思路，从0开始帮助传统企业从新打造全新的零售体系。

**课程收益**

● 学习方法：学习新零售的理论知识，深入理解新零售出现的原因与机遇

● 解读行业：解读各个不同行业在领域中新零售的应用领域

● 应用场景：学习不同场景下的新零售框架搭建与战略构建

● 升级体系：能够分析自身产业问题，改造并升级企业的行销体系

● 案例剖析：通过借鉴行业成功案例而非盲目抄袭，理解并赋能自身场、货、人的效率提升

**课程结构**

行业现状：新零售趋势——渠道的重要性——互联网用户思维的突破

用户趋势：用户需求——产品的迭代——爆款的打造

技术迭代：新技术的运用——理论与实践结合——营销的迭代

数据分析：数据导向结果——案例发现机会

**课程大纲**

**第一讲：从新认识新零售**

**一、互联网时代新零售到底是什么？**

1. 从人、货、场的全新搭建到原有场景的优化

2. “伪”新零售的定义，不要滥用了这个关键词

3. “新”顺势而为下的变化，而非颠覆

4. “零售”万变不离其宗，还是过去的那点事

**二、店铺客流量问题，改变思维是破局之道**

1. 提升客流的道与术——战略布局引导战术改进

2. 引流神器——大数据盒子+AI人脸识别+社群裂变工具

3. 线上与线下的O2O渠道结合

4. 用户复购提升在新零售中的运用

**三、全渠道数据化迭代的重要性**

1. 全渠道+大背靠流量时代的来临：多种流量渠道加背靠品牌背书

2. 数字营销在全渠道引流中的重要性：集客+转化

3. 订单式生产转变成个性化生产：C2B的模式广泛在应用

**四、利用互联网思维重塑你的产品**

1. 用户思维决定产品思维

1）用户思维的调研方式

2）产品思维的落地方案

2. 多重维度聚焦的需求特征，四个关键词聚焦需求特征

1）人口特征——适应规则

2）消费特征——参考定价

3）场景特征——复购传播

4）心理特征——成交转化

3. 三大要点让用户定位更清晰

1）谁？用户的面貌描述

2）什么？聚焦在一个痛点而非多个痛点

3）场景？从笼统的场景聚焦到细致入微的场景

4. 从新挖掘用户需求

1）如何选品

2）如何定位

3）品牌爆点

4）品类划分B2B领域新零售特性

5. B2B企业的新零售革新之路

1）B端新零售的短、频、快

2）工业制造业之殇的破局之路：市场通路、用户拓客、营销方式

3）微创新在新零售的应用：B端企业细节致胜的关键

4）供应链的上游，很可能是一片蓝海

**第二讲：我们如何利用社交电商的属性做好新零售**

**一、了解新零售社交电商的商业套路**

1. 拴住用户的特定方式

2. 铁粉运营三大法则

1）基于客户关系

2）基于特权标签

3）基于情感交互

3. 社群电商加粉的方式

1）病毒式吸粉

2）裂变式吸粉

3）电商式吸粉

4）仪式感吸粉

4. 电商企业会员运营

5. 服务行业会员运营

6. 类“传销”非传销的布局

7. 全流程会员体系布局

**二、社交新零售九大思维模式**

1. 用户思维：互联网思维的核心

2. 人性化思维：产品设计简约

3. 产品思维：服务即是营销

4. 为快不破思维：把握用户需求迭代

5. 流量思维：量变才能引起质变

6. 利用社会化思维：重塑企业、用户两者的关系及商业运作

7. 大数据思维：核心是解锁数据背后的价值并加以运用

8. 渠道共赢思维：构建多方共赢的平台生态圈

9. 跨界思维：打破利益分配格局

**第三讲：新零售之案例解析**

**一、西西弗书店的品牌突围之道**

1. 多种细节的组合营销就是一大步的成功

2. 缺陷依然可以创造机会

案例：西西弗之供应链优化

1. 重度垂直领域的大机会

**二、小微洗车行业的大生意**

1. 如何做到反向供应链赋能

2. 以用户为角度的成本降低

3. 简单的复制铸造出行业的高壁垒

**三、B2B领域的新零售变革**

案例讨论：假设产品会说话，那我们还要做什么？

1. 2B领域的粉丝经济与复制

2. 渠道赋能与微创新的实施

现场案例讨论：由现场学员以自身案例进行互动式教学