

# 移动互联网时代的新零售

## 【课程背景】：

柯达公司倒闭了，诺基亚手机在中国市场兵败如山倒，而这时候，阿里系统火了，京东出名了。。。。。。

俗话说：三十年河东三十年河西，曾经的辉煌，不代表永恒，市场是在变化中的，把握市场变化的趋势，才能避免被时代淘汰。

市场竞争日趋残酷，如何抓住机遇寻求突破？

海外出口转国内销售，企业的战略调整如何能转危为安？

制造业危机与小微企业危机的出路何在？是产品，是技术，是资金，是人才？

物理学已经告诉我们：物体的动能既取决于质量，也决定于速度。鸡蛋虽然碰不过石头，但只要给鸡蛋足够的速度，就能够让石头害怕。中小企业与大企业竞争的利器是“以速度抗击规模”。但是任何营运模式设计都是有前提的，当营销方向发生变化时，曾经有效的模式能否有效？如何去寻找新的营销方向，又如何去调整旧的营运模式？

## 【课程时间】：

2天(6小时/天)

## 【课程对象】

营销相关的产品经理，行业经理，价格经理；

销售人员，客户经理，销售经理，销售管理人员，营销相关的专业人员；

直接或间接参与销售、销售支持的市场及与客户接触的人员；

## 【课程形式】

讲授、案例解析、模拟演练及体验

## 【课程目标】

- 1.移动互联网时代营销创新思维；
- 2.通过大量案例解析了解市场营销的基础知识，提升自我工作能力；
- 3.掌握主要的营销计划制定方法，提升市场判断和分析能力；
- 4.扩充营销知识，横向了解市场更多信息。

## 【课程大纲】

### 第一单元、市场营销环境

#### 一、营销基础知识

- 1、营销的基本概念
- 2、营销的核心四种观念（生产/产品/推销/全面营销）
- 3、4P & 4C

#### 二、市场营销环境的概念和特征

- 1、公司微观环境
- 2、公司宏观环境
- 3、环境分析策略
- 4、PEST分析

#### 三、营销的四个层次

- 1、产品营销【案例解析：手机的竞争】
- 2、服务营销【案例解析：新房产营销】

3、概念营销【案例解析：松下电器 U-Home】

4、品牌营销【案例解析：微笑曲线】

#### 四、消费者市场

1、消费者行为模式

2、消费者的购买行为与购买决策过程

综合案例研讨：小米是如何致胜的

### 第二单元、创新营销思维

#### 一、打破思维障碍

1、定势思维的障碍

2、偏见思维的障碍

3、群体思维的障碍

#### 二、创新思维的模式和方法

1、四种打破思维的方法

2、头脑风暴研讨法

#### 三、互联网思维

1、用户思维

2、屌丝思维

3、爆点思维

4、产品经理思维

5、痛点思维

6、微创新思维

7、大数据思维

创新营销模拟演练

### 第三单元、新零售

#### 一、什么是“新零售”

1、线下

2、线上

3、智能物流

#### 二、“新零售”VS 传统零售

1、传统零售

2、传统电商

3、新零售

#### 三、“新零售”的新特征

1、全渠道

2、数字化

3、智能化

4、新型体验店

5、智能物流

#### 四、如何开展“新零售”？

1、转变经营理念

2、确立战略方向

3、选型信息化系统

- 4、构建运营体系
- 5、启动新模式
- 6、新模式高速发展

#### **第四单元、体验式营销**

##### **一、认识体验式营销**

- 1、营销本质的变迁与体验式营销
- 2、体验式营销的四个特征
- 3、客户体验对促进销售的意义—循环圈
- 4、客户体验与销售如何完美结合
- 5、客户体验中销售的关键点
- 6、体验式营销的五大要素
- 7、体验式营销的执行工具

##### **二、体验式营销中销售效应的来源**

- 1、客户体验中销售效应来源的控制点
- 2、实现卓越客户体验的流程
- 3、客户体验满意中的促销策略
- 4、客户体验满意后的销售效应
- 5、体验式营销计划实施
- 6、如何构思体验式营销策略

##### **三、体验式销售的前提——驾御客户心理**

- 1、客户沟通风格的迎合
- 2、客户情绪分析
- 3、客户偏好分析
- 4、客户5大期望值的判断与超越

##### **四、体验式营销环境分析**

- 1、消费者市场与消费行为分析
- 2、体验式营销竞争分析及竞争策略
- 3、了解竞争对手
- 4、客户体验竞争优势

#### **第五单元、粉丝助力企业成长**

##### **案例分析：粉丝管理能带来多少效益**

##### **一、粉丝管理对零售的意义**

- 1、什么是粉丝
- 2、粉丝的作用

##### **二、粉丝流失的原因分析**

- 1、品牌方
- 2、客户方

##### **三、解析零售粉丝的价值**

- 1、零售粉丝价值现状
- 2、维护零售粉丝的意义

##### **四、粉丝回头率**

- 1、如何提升回头率

2、顾客四分模型

3、回头率计算公式

视频欣赏：不同服务带来的不同结果

**五、倍增会员的渠道和方法**

1、实体店

2、PC 互联网

3、移动互联网

4、八大机制，推拉结合做客群

**六、如何吸引顾客加入粉丝**

1、那些是最有价值的礼仪吸引顾客

2、找出顾客真正利益的三个步骤

3、粉丝规划的八要素