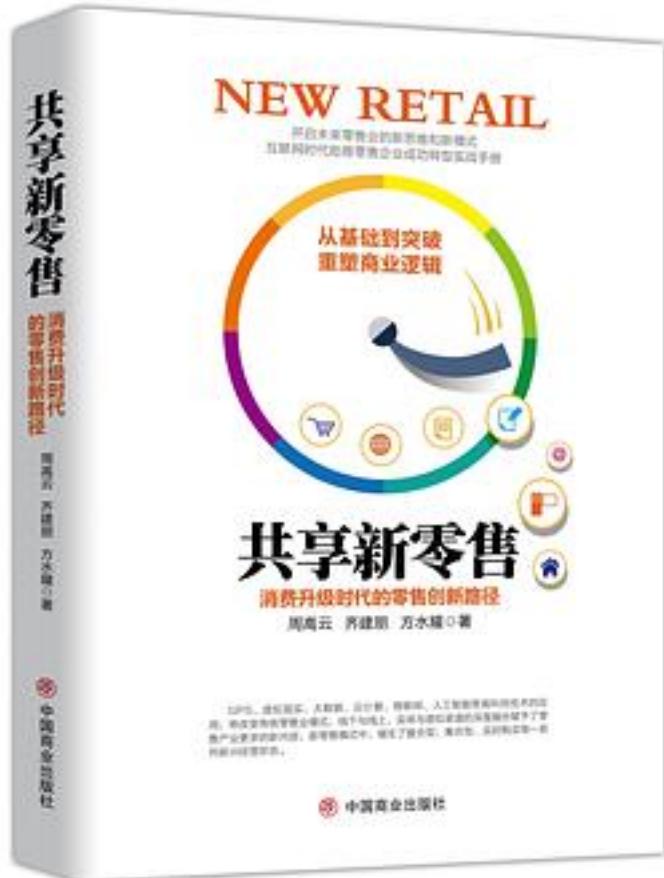


共享新零售



[共享新零售_下载链接1](#)

著者:周高云

出版者:中国商业出版社

出版时间:2019-7

装帧:平装

isbn:9787520808132

本书共分为新零售变革、社区新零售、无人便利店、全渠道零售、智慧零售、VR/AR零售、网红电商、沃尔玛转型新零售等八大部分，对新零售模式的内涵、阻碍因素、增长逻辑，以及企业转型新零售的市场定位、切入点选择、战略规划、实施方案等进行了全

方位、立体化的深入分析，为创业者及企业提供了一套行之有效的新零售落地方案。

作者介绍：

周高云

广州邦缔狼略品牌咨询公司董事长、互联网+转型思维落地专家、中山大学MBA工商管理硕士

顶尖的营销系统打造集大成者，共享模式开创者！他创建了中国首家共享模式智慧库--微谷盈销！

十八年的培训经历，让他养成了系统思考企业转型的痛处：如何通过共享模式持续实现业绩暴涨？

他借助互联思维和经营哲学，利用企业业绩金三角“商业模式决定企业顶端、运营系统决定企业框架、销售成交决定企业发展”的业绩定律，为企业在转型时期提供了颠覆式的思维和重要落地指引！

著有《转型与共享》等畅销书！

齐建朋

微谷盈销联合创始人，共享模式推动人！十几年间，奔波于全中国及东南亚各大城市，并致力于帮助企业用共享模式快速拓客，以“快速收到现金”为最高尊严，践行微谷“颠覆传统商业模式，帮助企业持续成长。

方水耀

义乌闻道文化传媒董事长

中国百货商业协会新零售专家委员会副秘书长

微谷营销创客大学创始人

目录: 目录

新零售运营攻略：消费升级时代的零售创新路径 1

前言 1

目录 3

第1章新零售：一场成本、效率与体验的战争 7

1.1 新零售：消费升级时代的零售新变革 7

1.1.1 技术与消费驱动下的新零售崛起 7

1.1.2 新零售区别于传统零售的新特点 10

1.1.3 新零售企业未来的发展竞争策略 14

1.1.4 新零售时代营销策略的演变过程 16

1.2 “互联网+流通”下的新零售赋能 18

1.2.1 赋能1：新零售引领流通产业变革 18

1.2.2 赋能2：构建互利共赢的零售生态 20

1.2.3 赋能3：实现个性化与定制化生产 22

1.2.4 赋能4：助推新一轮消费结构升级 23

1.2.5 赋能5：培育我国经济发展新动能 24

1.3 新零售环境下传统实体店运营路径 26

1.3.1 突破产品思维，注重用户思维导向	26
1.3.2 重构信息系统，提升企业运营效率	28
1.3.3 完善渠道建设，聚焦线上流量获取	29
1.3.4 实现品质升级，满足个性消费需求	31
1.3.5 重塑门店价值，构建场景生态体验	32
第2章 社区新零售：构建智慧社区服务生态圈	34
2.1 社区新零售：重构社区商业的价值	34
2.1.1 重新审视社区商业的定位与价值	34
2.1.2 新零售时代的社区商业转型思考	35
2.1.3 创业法则：掘金社区新零售蓝海	36
2.1.4 盒马鲜生：社区新零售运作模式	38
2.2 社区O2O：构建智慧社区解决方案	40
2.2.1 揭示社区新零售特征与运作模式	40
2.2.2 社区O2O：打造社区零售生态圈	42
2.2.3 社区新体验：解决社区消费痛点	44
2.3 案例解读：星家加的社区新零售实践	45
2.3.1 星家加：开启智慧社区零售模式	45
2.3.2 全面打通融合线上线下消费场景	46
2.3.3 基于社群的社区电商运营新玩法	47
第3章 无人便利店：资本驱动下的零售新拐点	48
3.1 无人便利店：从概念到现实的回归	48
3.1.1 无人便利店模式崛起的主要因素	48
3.1.2 无人便利店竞争发展的三个阶段	50
3.1.3 零售的进化：占领高频消费场景	51
3.1.4 大数据驱动：无人便利店的核心	52
3.2 无人便利店的运营模式与落地策略	54
3.2.1 国内无人便利店的六大运营模式	54
3.2.2 无人便利店面临的挑战及其影响	55
3.2.3 无人便利店模式落地的四大关键	56
第4章 全渠道零售：以消费者为核心的渠道整合	58
4.1 全渠道战略：线上线下深度融合	58
4.1.1 全渠道：电商与实体的无缝对接	58
4.1.2 渠道之变：零售发展的四个阶段	60
4.1.3 企业实施全渠道战略的障碍因素	61
4.2 企业构建全渠道零售的战略路径	63
4.2.1 为消费者提供无缝化的购物体验	63
4.2.2 基于全渠道战略的组织优化变革	64
4.2.3 精准营销：打造智能化CRM系统	66
4.3 案例实战：国美全渠道战略转型之道	68
4.3.1 国美网上商城的三个发展阶段	68
4.3.2 变革组织架构，整合渠道资源	70
4.3.3 国美“店网一体化”运营策略	71
4.3.4 国美全渠道转型的借鉴与启示	72
4.3.5 4P营销：打造一体化营销战略	74
4.3.6 国美与苏宁全渠道转型的比较	77
第5章 智慧零售：新经济时代的零售转型升级	79
5.1 大数据零售：开启数字化零售时代	79
5.1.1 大数据在企业运营中的七大应用	79
5.1.2 数字零售：大数据赋能零售商业	81
5.1.3 ZARA：大数据时代的精细化运营	82
5.1.4 Target：基于大数据的个性化营销	84
5.2 物联网零售：引领零售智能化转型	85
5.2.1 借助物联网技术，提升店铺利润	85
5.2.2 构建数字化商店，实现精准运营	86

5.2.3 增进与顾客交互，改善客户体验	88
5.2.4 基于物联网的可视化供应链系统	89
5.3 场景零售：重塑线下场景消费生态	90
5.3.1 场景零售：打破线上线下的边界	90
5.3.2 消费场景发现、创造与深度运营	92
5.3.3 基于社交购物场景下的用户体验	93
5.3.4 智慧空间：有效提升用户信任度	95
第6章 VR/AR零售：重塑未来零售产业新图景	97
6.1 VR零售：构建沉浸式场景消费体验	97
6.1.1 VR购物：技术驱动的零售新体验	97
6.1.2 VR新零售：虚拟和现实深度融合	99
6.1.3 零售企业掘金VR购物模式的思考	100
6.1.4 阿里VR战略：全新的零售生态圈	102
6.2 AR零售：满足消费者的个性化需求	103
6.2.1 新战场：AR技术在商业中的应用	103
6.2.2 为用户制定科学合理的购物决策	105
6.2.3 借助AR技术解决电商购物的痛点	106
6.2.4 AR购物场景应用需要解决的问题	107
第7章 网红电商：新零售时代的网红商业变现	108
7.1 网红电商：网红经济重塑电商生态	108
7.1.1 网红经济：获取流量的最佳渠道	108
7.1.2 整合资源：拓展电商的销售渠道	110
7.1.3 网红营销：打造网红自身影响力	113
7.1.4 快速吸粉：粉丝流量的商业变现	114
7.2 直播电商：引流、转化与变现技巧	116
7.2.1 直播电商：网红新零售的突破口	116
7.2.2 直播电商模式崛起的内在驱动力	118
7.2.3 优势：有效解决用户的购物痛点	119
7.2.4 适合直播电商销售的产品有哪些	120
7.2.5 如何提升直播电商的营销转化率	122
7.3 案例解读：如涵电商的实践启示	123
7.3.1 基于网红孵化器的电商销售平台	123
7.3.2 实践路径：如涵电商的运营策略	124
7.3.3 风险防范：电商运营注意的问题	125
第8章 新零售背景下，沃尔玛的零售进阶之路	126
8.1 转型变革：沃尔玛的新零售发展路径	126
8.1.1 互联网商业时代的沃尔玛变革	126
8.1.2 电商冲击下的沃尔玛应对策略	128
8.1.3 沃尔玛如何玩转全渠道O2O	129
8.1.4 基于大数据算法的个性化零售	132
8.1.5 沃尔玛的社交大数据解决方案	134
8.2 沃尔玛&京东：结盟背后的意图与野心	136
8.2.1 沃尔玛与京东战略合作的解读	136
8.2.2 从两者联姻看京东的战略布局	138
8.2.3 从两者联姻看沃尔玛O2O战略	140
8.3 竞争战略：沃尔玛的差异化经营策略	142
8.3.1 经营策略1：差异化的零售价格	142
8.3.2 经营策略2：差异化的销售服务	143
8.3.3 经营策略3：差异化的企业文化	144
8.3.4 经营策略4：差异化的商业科技	146
· · · · · (收起)	

[共享新零售](#) [下载链接1](#)

标签

新零售

工具书

实用

评论

一些内容稍微过时 一些趋势尚未铺开 场景令人期待

很实用，对自己很有帮助

内容很精彩

案例非常新颖

[共享新零售 下载链接1](#)

书评

[共享新零售 下载链接1](#)