



# 《新零售环境下的连锁便利店客户管理》

## 上海站公开课已正式启动报名: 2024年9月24日

**在连锁便利店客户管理与操作中, 您可能会遇到一些挑战/问题:**

- 连锁便利店的购物者画像是什么? 什么样的商品和促销/营销方式对TA更有吸引力?
- 连锁便利店的SKU管控严格, 淘汰换新快, 如何打造生命力更强的产品组合?
- 连锁便利店大力发展自有品牌, 一线品牌如何与之共存和错位竞争?
- 连锁便利店空间小, 陈列位置有限, 如何借势/善用资源优化和扩大陈列效果?
- 在O2O的加持下, 夜间成为便利店获取高消费增长的重要时间段, 如何运用便利店的夜间优势, 透过适配的产品组合与基于洞察的场景营销抓住夜间销售机会点?
- 连锁便利店的促销/营销需求是什么? 抓准时机, 缺钙补钙, 才能协同整合双方资源, 提升促销/营销的投入效能

**此次公开课将帮助您优化连锁便利店客户管理的思路与操作:**

- 系统地理解/洞察连锁便利店业态的特性
- 基于便利店商品需求优化产品组合与分销
- 根据O2O用户场景优化线上曝光与显现
- 拓展提振连锁便利店生意的营销操作思路

**完整版大纲及公开课详情请咨询: 15210959542 (同微信号) 联系人: 高老师 邮箱: [greece@elabridge.com](mailto:greece@elabridge.com)**



# 零售快消行业动态

## 2024年8月

### 冶乐咨询简介

冶乐咨询成立于2005年，成员来自快消/零售行业的甲乙双方，这让我们有更敏锐的，贯穿供应链上下游的视角。十余年来，我们深耕在零售快消的渠道优化，致力于零供双方更好的协作。从KA管理到JBP，从新零售布局到 O2O实操，从区域投入优化到经销商赋能，我们有幸服务于大量中国的快消品牌及零售商/平台。

### 冶乐月刊

快消/零售行业发展日新月异，从技术革新到渠道演化，对从业人员提出了层出不穷的挑战以及学习的乐趣。

为了帮助快消/零售业者更好的掌握国内外行业动态，我们每天浏览大量国内外相关快消/零售行业信息，选择最相关的新闻编辑整理成《零售快消行业动态》与您分享。

如果您希望持续收到《零售快消行业动态》，请发送邮件至 [oc@elabridge.com](mailto:oc@elabridge.com) 并将我们的邮箱添加到“安全发件人名单”。

### 免责声明

《零售快消行业动态》所有资讯均来源于互联网，冶乐仅为转载方。冶乐保证竭力提供准确可靠的资料，但无法承诺所有资料绝对准确无误。《零售快消行业动态》所刊载的各类形式（包括但不限于文字、图片、图表）仅供参考使用，并不代表冶乐的立场。



# 2024年8月零售快消行业动态+本月好文推荐

## 8月重点推荐好文

- 好文1 Walmart Releases First Annual State of Adaptive Retail Report
- 好文2 2024即时零售冰品酒饮消费洞察
- 好文3 二季度中国快速消费品市场稳定复苏 不同业态表现持续分化

## 国内零售快消热点

- 热点1 三元拟收购冰淇淋子公司艾莱发喜全部股权
- 热点2 联合利华宣布出售其所持沁园集团股份
- 热点3 植物蛋白饮品品牌唯怡获路威凯腾战略投资
- 热点4 十足便利于山东新开设15家店
- 热点5 2024中国网络零售Top100榜单公示
- 热点6 亚马逊海外官方旗舰店进驻京东
- 热点7 2023年中国超市TOP100发布

## 国际零售快消热点

- 热点1 玛氏官宣收购品客薯片母公司Kellanova
- 热点2 可口可乐与奥利奥互推融合限定口味产品
- 热点3 欧莱雅收购丝塔芙母公司高德美10%股权
- 热点4 美国道尔顿收购江崎格力高5%股份
- 热点5 山姆会员店MAP应用程序将展示广告
- 热点6 菲律宾7-Eleven计划开设450家新店
- 热点7 朝日集团出售滩万 彻底退出餐饮业务
- 热点8 宜家与Tesco合作增设线下取货点



请扫码关注冶乐公众号，每月《零售快消行业动态》完整版将会持续更新在公众号中的“行业洞察”板块。



## 治乐特色课程:《新零售环境下的连锁便利店客户管理》

**便利店发展概况与购物者洞察**

客户洞察与对接	选品与分销	陈列/显视优化	促销推广创新	加油站便利操作
<ul style="list-style-type: none"> <li>解析便利店的结构与关键触点-建立不同部门及层级的对接</li> <li>从关键考核指标(KPI)洞察便利店的需求-平衡对不同部门/层级的资源/支持</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>洞察便利店商品需求</li> <li>供应商便利店选品的原则与操作策略</li> <li>便利店新品进场的操作流程与要点</li> <li>便利店商品状态与扫码操作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>便利店的陈列权限与陈列管理流程</li> <li>便利店陈列背后的考量因素及供应端应对</li> <li>便利店陈列与O2O呈现优化-案例讨论</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>明确便利店的促销需求,避免“万金油”式的促销</li> <li>线上线下流量共享</li> <li>打通便利店社群营销</li> <li>拓展便利店场景营销</li> <li>支持便利店会员营销</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加油站便利的发展概况与购物者洞察</li> <li>加油站便利的分销渠道与选品</li> <li>基于加油站便利特性的促销创新</li> <li>优化加油站便利陈列</li> </ul>

**便利店数据分析与运用**

<ul style="list-style-type: none"> <li>分析便利店顾客标签数据-了解你的TA画像</li> <li>用数据讲故事-争取便利店营销资源的数据分析维度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>解析RFM数据模型-精准便利店会员营销</li> <li>便利店客户总生意成本分析-投资而往花费</li> </ul>
---	--

## 治乐特色课程:《新零售环境下的O2O营销创新》

新零售环境下的购物者洞察	主要O2O模式及客户洞察	O2O生意操作要点-案例与讨论
<ul style="list-style-type: none"> <li>急忙宅懒-推动O2O发展</li> <li>场景式的购物体验</li> <li>全渠道的消费习惯</li> <li>社交化的消费倾向</li> <li>数字化驱动的个性化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平台模式-京东到家/淘鲜达/多点/饿了么/美团闪购等)</li> <li>线上线下模式-盒马鲜生//Fresh等</li> <li>零售商自营模式-大润发优鲜/永辉生活/沃尔玛等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品组合与分销</li> <li>O2O平台显视优化</li> <li>O2O营销创新思路</li> <li>内外部高效协作</li> <li>O2O生意回路与管理工具</li> </ul>

**课程逻辑**

品牌提振生意的着力点 - O2O营销闭环操作与案例

引流 (线上线下互引流) → 转化 (提升成交转化) → 客单 (提高购物篮金额) → 复购 (增加粘性/忠诚度) → 裂变 (激励社交传播)

## 治乐特色课程:《仓储会员制超市洞察与操作》

**仓储会员制超市的定义, 购物者特征与发展趋势**

商品策略	定价与会员价值	营销推广
<ul style="list-style-type: none"> <li>仓储会员制超市商品模型之“6个正确”</li> <li>商品类, 窄SKU-有限的商品选择</li> <li>强家的自有品牌-强化优质低价的定位</li> <li>流量商品(trigger) VS. 寻宝商品(Treasure Hunt) VS. Loss Leader-超低价商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>严控毛利-为会员提供超值商品体验</li> <li>会员费收入而非销售收入为盈利的主要来源</li> <li>仓储会员制超市的会员体系概况</li> <li>激励会员升级/向上销售</li> <li>提供多元化/多场景的会员价值-维持会员粘性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>打造沉浸式购物体验</li> <li>增加家庭整体停留时间</li> <li>线上线下融合强化沟通-陈列展示厅与outlet</li> <li>在互动中认知与转化-科技产品试用/体验</li> <li>流行生活方式激发购买-场景化陈列与展示</li> <li>让门店购物体验更有意义</li> </ul>

**供应商卖入仓储会员制超市的操作思路**

<ul style="list-style-type: none"> <li>理解以“单品”而非“品类”为思考单位</li> <li>赋予商品明确的角色/定位</li> <li>直接上架的包装设计及陈列需求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定制/专供/共创商品及有竞争力的价格</li> <li>供应商需了解的仓储会员制超市操作规则</li> <li>面向企业客户业务线的操作</li> </ul>
--	--

## “KA大客户管理”系统培训课程

**KA管理基础**

**KA日常运作**

**KA核心能力**

**KA战略进阶**

**KA大客户管理能力建设**

品类管理思路与执行 | KA客户洞察 | 重点客户档案(KAP) | 零售商视角的终端营销创新 | KA终端费用管控 | KA数据分析与应用 | KA谈判技巧与工具 | 联合生意计划(JBP) | KA战略进阶 | KA管理基础 | KA日常运作 | KA核心能力



## 形式1：专项定制培训

### 场景需求

- 销售/营销队伍的销售管理/渠道管理/营销管理等专项培训

### 治乐定制方案

- 课时：1-3天，可定制
- 治乐特色课程
  - 《新零售环境下的连锁便利店客户管理》
  - 《仓储会员制超市洞察与操作》
  - 《新零售环境下的O2O营销创新》
  - “KA大客户管理”系列课程，等等
- 可根据培训受众人群画像定制课程的聚焦/侧重内容与案例类型，以更好地适配培训受众的职责与应用场景

## 形式2：共创工作坊

### 场景需求

- 聚焦公司实际业务主题或痛点问题，组织业务队伍或跨部门/职能会议，帮助公司共创符合整体策略的行动方向指引
- 在与客户(零售商)的高层会议或跨部门会议中，分享与零供双方主推方向一致的行业案例，带领双方共创可行性较强的购物者营销方案

### 治乐定制方案

- 课时：0.5-2天，可定制
- 主题：可定制，例如：
  - 公司内部：JBP跨部门会议，RTM跨部门会议，等等
  - 客户会议：基于品类洞察的场景营销方案共创，强化购物者粘性/忠诚度的会员营销方案共创，等等

## 形式3：案例萃取

### 场景需求

- 将公司内部优秀案例从数据/逻辑/可复制性等方面加以梳理，让最佳实战案例能有效地被复制推广

### 治乐定制方案

- 与管理层/培训部沟通确认案例萃取主题
- 深度访谈案例负责人，沟通/确认案例细节
- 实地调研/终端走访，收集图片/视频素材
- 整理案例，挖掘可复制性的做法/启示
- 结合客户实际需求，协助内部推广落地

背景

挑战

行动

结果

启示

## 形式4：大型会议主题演讲

### 场景需求

- 内部销售会议、经销商大会、公司年会等各类大会上的主题演讲

### 治乐定制方案

- 课时：1-3小时，可定制
- 主题：可定制，例如：
  - 行业现状/趋势洞见
  - 购物者需求/行为洞察
  - 零售业态专题解读，如：
    - 连锁便利店发展概况与趋势
    - 仓储会员店的商品策略与会员价值
    - 新零售环境下的O2O营销创新，等等
  - 国内外营销创新案例剖析，如：XX品类场景营销案例解析