



零售快消行业动态

2024年6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6月零售快消行业动态+本月好文推荐

6月重点推荐好文

- 好文1 《2024年中国便利店发展报告》
- 好文2 《Z世代消费报告》
- 好文3 《2024年中国购物者报告，系列一》
- 好文4 情绪价值营销案例: 美国超市Trade Joe's

国内零售快消热点

- 热点1 妙可蓝多4.48亿元收购蒙牛奶酪获通过
- 热点2 盒马发力折扣零售品牌盒马NB
- 热点3 中百集团与永辉超市签订湖北股权转让合同
- 热点4 《2024夏日宅爽生活方式趋势》洞察即时消暑趋势
- 热点5 2023中国便利店TOP100发布

国际零售快消热点

- 热点1 日本麒麟控股将收购大型健康食品企业FANCL
- 热点2 日清食品收购韩国零食品牌Gaemi Food
- 热点3 私募公司Yellow Wood收购联合利华旗下Elida Beauty
- 热点4 日本罗森将退市
- 热点5 私募公司MBK出售韩国Homeplus Express
- 热点6 Tesco首次推出面向第三方卖家的在线平台
- 热点7 亚马逊永久将Grubhub加入Prime会员资格
- 热点8 宜家将为Roblox游戏中的新店雇佣职员



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/显现优化	促销推广创新	加油站便利操作
<ul style="list-style-type: none"> 解析便利店的架构与关键职能-建立不同部门及层级的对接 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 	<ul style="list-style-type: none"> 洞察便利店商品需求 供应商便利店选品的原则与操作策略 便利店新品进场的操作流程与要点 便利店商品状态与锁码操作 	<ul style="list-style-type: none"> 便利店的陈列权限与陈列管理流程 便利店陈列背后的考量因素及供应商应对 便利店陈列与O2O显现优化-案例讨论 	<ul style="list-style-type: none"> 明确便利店的促销需求,避免“万金油”式的促销 线上线下流量共享 打通便利店社群营销 拓展便利店场景营销 支持便利店会员营销 	<ul style="list-style-type: none"> 加油站便利的发展概况与购物者洞察 加油站便利的分销覆盖与选品 基于加油站便利特性的促销创新 优化加油站便利陈列

便利店数据分析与运用

- 分析便利店顾客标签数据-了解你的TA画像
- 解析RFM数据模型-精准便利店会员营销
- 用数据讲故事-争取便利店营销资源的数据分析维度
- 便利店客户总生意成本分析-投资而非花费

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

- 仓储会员制超市商品哲学之“6个正确”
- 宽品类,窄SKU-有限的商品选择
- 独有的自有品牌-强化优质低价的定位
- 流量商品(Trigger) VS. 寻宝商品(Treasure Hunt) VS. Loss Leader 超低价商品

定价与会员价值

- 严控毛利-为会员提供超值商品体验
- 会员费收入而非销售收入为盈利的主要来源
- 仓储会员制超市的会员体系概况
- 激励会员升级/向上销售
- 提供多元化/多场景的会员价值-维持会员粘性

营销推广

- 打造沉浸式购物体
- 增加家庭整体停留时间
- 线上线下融合强化沟通-陈列展示厅与QR结合
- 在互动中认知与转化-科技产品试用/体验
- 流行生活方式激发购买-场景化陈列与展示
- 让门店购物总是很有趣

供应商卖入仓储会员制超市的操作思路

- 采购以“单品”而非“品类”为思考单位
- 定制/专供/共创商品及有竞争力的价格
- 赋予商品明确的角色/定位
- 供应商需了解的仓储会员制超市操作规则
- 直接上架的包装设计 & 陈列要求
- 面向企业客户业务线的操作

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"> 急忙宅懒 推动O2O发展 场景式的购物体验 全渠道的消费习惯 社交化的消费倾向 数字化驱动的个性化 	<ul style="list-style-type: none"> 平台模式-京东到家/淘鲜达/多点/饿了么/美团闪购等) 线上线下模式-盒马鲜生/7Fresh等 零售商自营模式-大润发优鲜/永辉生活/沃尔玛等 	<ul style="list-style-type: none"> 产品组合与分销 O2O平台显现优化 O2O营销创新思路 内外部高效协作 O2O生意回顾与管理工具

品牌提振生意的着力点 - O2O营销闭环操作与案例



“KA大客户管理”系统培训课程





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

冶乐定制方案

- 课时：1-3天，可定制
- 冶乐特色课程
 - 《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

冶乐定制方案

- 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

冶乐定制方案

- 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

冶乐定制方案

- 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