



零售快消行业动态

2021年11月

冶乐咨询简介

冶乐咨询成立于2005年。核心成员来自于沃尔玛、家乐福、雀巢等500强企业，有着多年丰富的实战经验。冶乐专注于KA重点零售客户管理方面的咨询与培训，致力于成为促进零供双方沟通协作的桥梁。

冶乐KA月报

快消品行业和零售行业是每天都在变化的行业，KA从业人士如何随时保持对行业动态的把握是一件很有挑战性的事情。

为帮助KA从业人士更好地掌握行业动态，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。



零售快消行业动态 – 2021年11月

国内快消热点

- 热点1 光明乳业拟收购小西牛乳业公司60%股权
- 热点2 元气森林发布“三0工厂”战略
- 热点3 金嗓子宣布退市
- 热点4 伊利股份收购澳优乳业34.33%股权
- 热点5 凯度消费者指数发布市场快报 快消品市场增长有所反弹

国内零售热点

- 热点1 Costco大陆第2店将于苏州开业
- 热点2 便利蜂布局珠三角 6城拓近百家门店
- 热点3 MUJI無印良品生鲜复合店落户上海
- 热点4 台湾“全联福利中心”宣布收购台湾大润发
- 热点5 优衣库北京三里屯全球旗舰店开业
- 热点6 阿里在海外新增线上餐饮平台“Tudoo food”

国际零售快消热点

- 热点1 OATLY与Yeo's合资燕麦奶工厂在新加坡正式开业
- 热点2 Innova发布2022全球食品饮料十大趋势
- 热点3 茑屋书店母公司与高岛屋成立合资公司TTC LIFESTYLE
- 热点4 赛百味预计在南亚开设2000多家新门店
- 热点5 可口可乐以56亿美元收购BodyArmor
- 热点6 好时将收购咸味零食公司Dot's Homestyle Pretzels



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。



冶乐首席顾问：吴公鼎老师 (KT Wu)

- 美国宾州大学沃顿商学院 MBA
- 香港大学中国商业学院客座讲师

20余年市场营销及零售管理经验 – 零供双方工作经验

- 沃尔玛中国总部/采购部，供应商管理
- 雀巢中国总部/品牌管理，渠道营销，等

快消零售实际培训辅导经验（渠道管理/零售管理）

- 食品品牌：百事、益海嘉里、费列罗、通用磨坊、福临门、伊利等
- 非食品品牌：联合利华、欧莱雅、孩之宝、金佰利、高露洁、维达等
- 零售商：京东五星电器、腾讯智慧零售、每日优鲜、华润苏果等

咨询项目经验

- 某世界500强食品公司Go-To-Market策略咨询项目
- 某国内领先乳制品企业KA运作操作手册咨询项目
- 某国际调味品公司KA盈利性提升项目
- 某高端果汁线上线下零售渠道设计与规划咨询，等





冶乐客户 (部分)





冶乐课程：《新零售环境下的O2O营销创新》

1. 新零售环境下的购物者洞察

- 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

2. 主要O2O模式及客户洞察

- 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
- 零售商自营模式-大润发优鲜/永辉生活/沃尔玛等

3. O2O生意操作要点 — 案例与讨论

- 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



4. 品牌提振生意的着力点 - O2O营销闭环操作与案例



注：根据客户实际需求，可做定制化的调整与组合

如需更多信息，请电话 (8610-65662700) 或邮件(greece@elabridge.com) 与我们联系



冶乐课程：《新零售场景下的客户体验管理》

1. 客户体验管理的意义

- 什么是客户体验
- 客户体验的重要性
- 客户体验的生命周期
- 客户体验管理几个可能的误区

2. 新零售场景下的消费趋势洞察

- 全渠道的消费习惯
- 场景式的购物体验
- 社交化的消费倾向
- 数字化驱动的个性化
- 急忙宅懒推动O2O发展

3. 提升客户体验的思路

- 洞察客户需求
- 重塑客户旅程
- 运用数据分析
- 打破部门隔阂
- 产品仍是王道

4. 优化客户体验的着力点/案例



5. 客户体验的衡量/评估模型

- 客户体验成熟度模型
- Google 的 HEART模型
- 净推荐值(Net Promoter Score, NPS)
 - 计算方式/意义
 - 优势VS.劣势

注：根据客户实际需求，可做定制化的调整与组合

如需更多信息，请电话 (8610-65662700) 或邮件(greece@elabridge.com) 与我们联系



冶乐课程：《新零售场景下的会员营销管理》

1. 会员体验与忠诚度的意义

- 体验营销 vs 价格导向
- 会员忠诚度的意义/对企业的价值
- 互联网/新零售时代忠诚度的反向力量

2. 会员体验的洞察与趋势

- 符合品牌/产品定位
- 由数据分析支持的会员营销
- 配合新零售时代的消费趋势

3. 会员体验的操作思路/要素

- 整合营销4个“1”理论简介
- 提供激励/利益诱因
- 游戏化增强趣味性/参与感
- 满足社交/学习的心理需求
- 让会员参与产品定制

4. 忠诚度计划的要素与案例



5. 忠诚度计划的步骤与衡量

- 忠诚度计划的定位和目标
- 定义并细分客户/会员分级
- 会员需求洞察到会员权益设计
- 建立有效的沟通方案
- 设立考核关键指标

注：根据客户实际需求，可做定制化的调整与组合

如需更多信息，请电话 (8610-65662700) 或邮件(greece@elabridge.com) 与我们联系



冶乐课程：KA大客户管理 系列课程



注：根据客户实际需求，可做定制化的调整与组合

如需更多信息，请电话 (8610-65662700) 或邮件(greece@elabridge.com) 与我们联系



联系我们

ELA Bridge Associates

北京冶乐咨询有限公司

Your Bridge to Retail Insight

Greece Gao

Email: greece@elabridge.com

Mobile: (86)15210959542(可加微信)

Tel: (8610)65662700

Website: www.elabridge.com