

中级模式:线上导流，线下开花

产品名称	中级模式:线上导流，线下开花
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

中级模式:线上导流，线下开花

中级模式中，实际上有一些是初级模式的变种。

1、多品类经营:小米之家是目前线上导流，线下多品类经营的之一。简单的说，小米之家通过线上的影响力，把线上的流量以及大型商超的自然流量导入到线下的小米之家门店中，然后在门店中以多品类的小米系列产品来吸引消费者，在增强消费者的用户体验的同时，能够购买不同品类的小米产品，从而增加销量。

2016年度，51家小米之家平均销售额7000万左右，坪效达到了25万，费用率8%左右。由于成本相对固定，在销售量达到一定程度之后，线下的成本已经可以跟线上打平。

在互联网红利不再的历史时刻，利用线上的流量红利，把线上用户导入到线下，然后通过用户带领亲朋好友来实体店体验的时候，推出除了手机之外的各类产品进行展示，达到了多品类同时销售的目标，顺利的将线上用户的购买力提升，并且带来了新的线下用户。这就是小米之家的策略。

2、概念延伸:三只松鼠在近是比较火的一个品牌，其一是它要上市了，其二就是章燎原也开始搞了新零售。

从2016年开始，三只松鼠开始了新零售策略。而其主打的方向，就是从零售起步，然后利用其自带IP的品牌“三只松鼠”来主打周边的产品，不仅如此，三只松鼠还开始玩起了动画片和电影。以线上的流量引入线下，并将概念延伸到除了坚果之外的其他萌系产品，并拓展了品牌的IP，这种打法将会被更多新零售企业所借鉴。

模式:线上线下一体

新零售的终目标，就是线上线下一体，而这个目标如果要终实现，需要的是大数据的支持。我们来看实际的案例:

1、大数据推送:我们知道，亚马逊公司是早进行在线推送的公司之一，早的时候亚马逊只做在线卖书的业务，后来他发现在A地购买了同品类的几本书的用户，在B地也会发生这样的情况，所以，A和B两个地方存在同样的群体，他们有着类似的兴趣爱好。

敏锐的亚马逊开始进行了数据分析，并根据数据将人群进行了划分，比如说你浏览了两本的科幻类作品，并终做出了购买的行为，那么他就会根据你的购买和浏览行为，结合大数据分析，看看你的同类们除了你购买的书之外，还会买哪些书，然后把把这些书做个排行给你做推荐。

通过这种推荐，亚马逊的图书销售额涨了30%以上，这就是大数据的力量。

2、配送模式:以中商惠民为首的线下配送模式，根据统计目前已经有上百家的公司在参与竞争，而其中有实力的，就是阿里巴巴的零售通和京东的新路通。