

企业应当聚焦三大要素

产品名称	企业应当聚焦三大要素
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
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

在这个时候，唯一能刺激消费者的就是消费体验的提升。这就需要商家同时在销售逻辑的架构、消费体验改造上下功夫，利用好当前线上线下的资源，让消费升级成为自身的优势与竞争力。

新零售模式下，企业如何重建或重塑品牌？

1.当以消费者为中心:重构人货场，全面优化消费体验，新增娱乐项目、快餐、互动等，设法营造更愉悦的购物体验。

2.企业应当聚焦三大要素:一是消费者经营;二是数据的运用;三是多元化业态的布局。

品牌经营之道的核心是消费者，应当充分聚焦消费者运营，实现全生命周期价值管理。

3.在商业运营层面充分实现数据化、智能化与互联化

对内而言:打通数据孤岛，实现跨部门互联;通过数据化运营模式，优化商业决策;

对外而言:建立企业内部与外部生态系统双向数据闭环。

4.技术研发与生产，创新管理及优化成本机构。

“多样化是生活的辛辣作料，但辛辣佐料过多就会变成胃痛”。新零售模式下的成本逻辑要从过去构建成本演化为更复杂与长期的“成本计算模式”，考虑到它的流量价值、服务价值、品牌价值、口碑价值，故而新零售模式下的成本需要重新构建。

互联网生态系统为品牌提供了更加真实、全面、及时了解消费者的途径，有助于提高研发和供应链有效性。

在各项新技术的协助下，品牌应当紧握“链路可视化”、“分析智能化”、“作业自动化”三大抓手，强调对于数据的管理，选择适合自身情况的服务商，提升供应链运营效率。

在新零售的浪潮中，品牌应关注三大主题、六大领域的变革，以立足于不败之地。

5.重视营销与消费者管理，用数据走进消费者的生活，走向个性化管理。

个性化服务是根据用户的设定来实现，依据各种渠道对资源进行收集、整理和分类，向用户提供和推荐相关信息，以满足用户的需求。从整体上说，个性化服务打破了传统的以被动服务模式，能够充分利用各种资源优势，主动开展以满足用户个性化需求为目的的全方位服务。

线上生态系统拥有各类不同的场景触点，可以每时每刻触达消费者。

品牌应当将线上打造成以消费者为中心的闭环，提升营销效率、优化商业运营，满足日新月异的消费者个性化需求。

品牌可以通过数字化手段、更好更全面地了解消费者，打通内外部生态系统，借助对生意有影响的洞察对业务进行快速调整。企业数字化营销的本质，应当从“品牌费用”向“品牌资产”转变。即品牌应当建立核心消费群体“资产表”，不断滚动沉淀数据，持续追踪变化不断调整品牌策略。

6. 通路管理与零售物种

新零售下的通路管理期待以更经济的方式，为品牌提升渠道和终端控制力、增强覆盖广度与纵深。在过去流通环节，传统分销环节层级较多；智能分销网络平台通过缩短层级降低中间成本。零售端的商业逻辑并没有改变，品牌应当围绕零售的本质合理运营“场”的概念，为消费者提供好的产品满足需求，同时带来佳的购物体验，让消费者感觉物有所值。品牌应当紧密与新兴的零售物种紧密合作，降低品牌沟通成本，利用数据驱动品牌在零售端的组合创新，实现SKU产出效率的提升。

7、重构企业组织架构与运营模式(建立人才新认知，勾画人才新模型)

伴随着新零售带来的数字化进程，企业内部也需要相应调整组织架构及运营模式，从而及时应对变化、跟上时代步伐。