

17892_新零售的轉型藍圖建構 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**中小型零售業者、連鎖餐飲/烘焙品牌經營者、企業二代接班人、中高階行銷與營運主管。本課程專為面對「少子高齡化」、「工資上漲」以及「全網競爭壓迫」等環境衝擊，希望釐清自身市場定位、打造新零售商業模式的經營者所設計。
- **能力門檻：**入門。無須具備高階資訊工程背景，只要對零售業基礎營運（如門市、產品、顧客互動）有基本概念即可理解。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：大、中、小環境掃描與零售總市場剖析** — 解析台灣 4.5 兆零售大餅、無店面銷售成長趨勢，以及少子化、高齡化與工資上漲等新國安危機。
 - **章節二：競爭構面的演進（從左右競爭到全網競爭）** — 剖析從傳統實體店「左右競爭」，演進至全聯/電商「上下左右競爭」，再到外送平台與手機主導的「全網競爭」。
 - **章節三：新零售四大流與系統圖建構** — 拆解無店面與門市銷售下的商流、物流、金流、資訊流串接，以及行銷 4P 與商業模式整合。
 - **章節四：全網合作戰略與實體門市價值** — 探討中小企業（如連鎖烘焙）如何透過差異化「離強者遠一點」或「與強者合作（如外送平台、超商/農會）」，並運用 CRM 與線上/線下（OMO）會員整合創造精準體驗。
 - **章節五：組織轉型、缺工解方與與時俱進心法** — 分享將「問題轉化為課題」的溝通步驟，以及推動「全年齡層、全性別」人力策略應對少子缺工危機。

3. 必備前置知識清單

- **基礎行銷 4P 觀念**：對產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）、促銷（Promotion）有基本概念。
- **基礎門市與線上營運認知**：瞭解門市 POS 系統、會員制度與外送平台/電商的基本運作模式。

4. 專有名詞與概念辭典

- **全網競爭與全網合作**：在數位時代，便利商店的對手不再只是隔壁超商，而是包含外送平台、電商、超市乃至手機本身（離顧客最近的便利商店）；企業可從純競爭轉思維為「全網合作」（如超商與外送平台合作、烘焙業與通路聯名）。
- **新零售四流**：構成新零售商業模式的核心要素，分別為商流（商品供應）、物流（配送與倉儲）、金流（收款與支付）以及資訊流（數據串接與會員系統）。
- **問題轉化為課題**：一種轉型溝通步驟，企業遇到困境時不應停留在指責「問題」（誰對誰錯），而是轉化為具體可執行的「課題」（該做什麼事、如何配置資源去解決）。
- **全年齡層與全性別人力策略**：面對少子化與缺工潮，打破傳統僅進用特定年齡或性別的限制，調整工作環境（如放大 POS 機字體）吸引中高齡與多樣化人才投入。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：新零售策略規劃師 / 跨通路行銷營運主管 / 企業轉型策略顧問
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能分析大中小環境與全網競爭局面，評估企業自建通路與外部合作（如 OMO 整合、外送平台假接）的成本與效益。
 - **工具操作與執行能力**：能規劃商流/物流/金流/資訊流系統架構，運用 POS 與 API 整合顧客消費軌跡進行精準行銷，並制定缺工時代的全年齡層人力配置策略