

零售O2O商家必争之地，有效延伸销售曲线，实现全方位的服务。

内容来源：西安弈聪信息技术有限公司(<http://www.xaecong.com>)

关键词：O2O

内容概要：

进入2017年，零售O2O成了线上线下零售商家的必争之地，加速战略扩张。在电商行业竞争越发激烈的背景下，尽管传统零售企业忙于转型升级，但以往所具备的资源优势依然让电商企业不能小觑。商超O2O的出现并不是要与传统线下商超站到对立面，其中的价值...

正文：

进入2017年，零售O2O成了线上线下零售商家的必争之地，加速战略扩张。在电商行业竞争越发激烈的背景下，尽管传统零售企业忙于转型升级，但以往所具备的资源优势依然让电商企业不能小觑。商超O2O的出现并不是要与传统线下商超站到对立面，其中的价值在于用技术、配送、数据等优势帮助企业实现转型。

去年互联网的O2O死掉一片，线上流量也达到了一个瓶颈，人头费越来越高而且引流效果越来越差；今年大批互联网品牌杀进线下开门店，

我们要认真的思考一下：零售门店给我们的是流量还是卖货？

零售O2O商家必争之地，有效延伸销售曲线，实现全方位的服务。

O2O
Online to Offline

18149209906

2017年是传统零售企业互联网转型升级至关重要的一年，同样也是电商企业加速线下渗透的一年。阿里系新零售代表“盒马鲜生”进京的消息早已在业内传开，而在北京市场站稳脚跟的“多点+物美”联合体也开始向华东市场进军。此外，传统零售巨头永辉，一方面与京东到家展开深度合作，同时也在不断完善着自家App“永辉生活”。商超O2O这块大蛋糕吸引着线上线下零售玩家的目光，但在市场经济下，只有充分的竞争才能让市场更加活跃。

在线下，通过各种移动互联网、物联网、大数据等等技术，将门店改造成数字化门店和智慧门店，全部是数字化触点，智能场景，数字化内容，移动通道，社交互动，实时社群等等，甚至积累下来的不再是客户档案，而是消费者数字资产！这个时候，你融合了线上和线下的数据、行为习惯、场景等等，才更加KYC！因为KYC了，所以不只是做一个O+O，而是围绕客户的全生命周期实现一个品类的增量，比如原来是线上超市买生活用品，线下门店买生鲜，而这次完全可以在新门店体验选购生鲜，顺便带走APP购物篮中的生活用品。这样，KYC进入到一个全状态，而不是原地踏步线上线下。通过数字化，你可以有效的跟踪客户的全生命周期，有效的延伸销售曲线，实现全方位的服务。

西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQI数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：[\[email protected\]](#)