

零售商大润发如何做全渠道营销？

布局线上零售“飞牛网”，做 O2O 合伙人制度，最佳零售商大润发要打破电商对于传统零售行业的冲击，实现全渠道的营销，他能突围成功吗？

大润发（英文：RT - MART）是一家中国台湾地区的大型连锁量贩店，由润泰集团总裁尹衍梁所创设。1997 年，大润发在大陆成立“上海大润发有限公司”，截至 2015 年 12 月，大润发门店总数达 335 家。大润发主打“新鲜、便宜、舒适、便利”经营理念，多次被专业机构评选为中国最佳零售商。

自 1997 年在中国上海开设第一家店后，大润发已经在中国市场耕耘近 20 年，根据零售咨询公司凯度零售咨询（Kantar Retail）发布 2015 年中国 PowerRanking® 零售力量排行榜调研结果，大润发超越沃尔玛成为了在中国的最佳零售商，位列中国商超之王。

2013 年 6 月，大润发的综合杂货零售购物网站“飞牛网”正式上线，这是商

超之王面对中国两大电商巨头京东和淘宝最正面的回应。

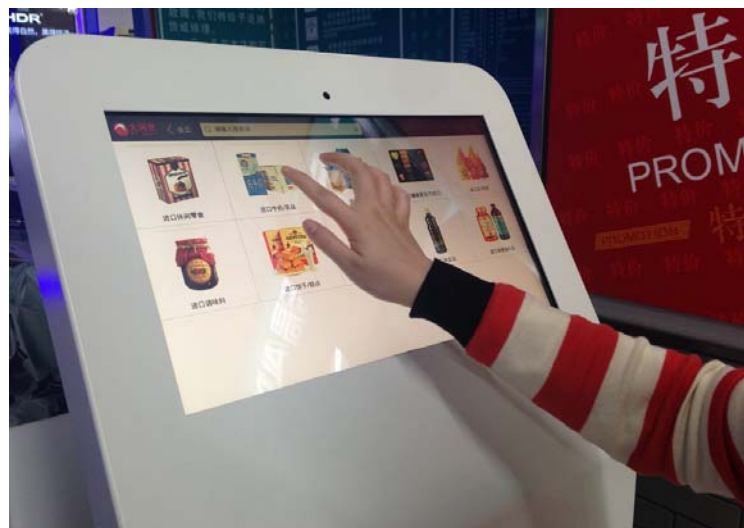
而今，“飞牛网”已然在杂货电商领域稳坐了前三位的交椅。2016 年开始，大润发全力启动线下线上门店 O2O 相融合的全渠道整合战略，发挥其实体店的品牌效益，谋求更大的增速发展。

电商的线下延伸

对于实体大润发最大的客体——中老年人群来说，是如何感知飞牛网线上商品的魅力的呢？根据康成投资（中国）有限公司中国区资讯部介绍，大润发通过在实体店设置智能设备，配合其全国门店作为消费者网购后的取货点和飞牛网配送业务，实现线上和线下全渠道商品的连动。

在这种 O2O 相融合的全渠道商品整合战略方案中，智能触摸式数字屏询价机在实体门店的引入，是线上的飞牛网往线下的大润发所跨出决定性一步。

消费者走进大润发线下的商超，可以在询价机中体验促销新品，并自由挑选智能触摸屏中的商品，点击购买后付款就能收到飞牛网的直接到家送货。这种线下实体门店下单，线上送货到家的方式，弥补了实体超市营运中所遇到的空间堆货有限以及配送到家的制约，大润发相关的负责人称之为：“既解决了实体门店有限的商品向线上无限商品的延伸，同时又将线下这部分忠实的大润发客户引导到‘飞牛网’的直接触碰。”



通过查询机，消费者任意选择屏幕中的商品并点击购买，再由飞牛网进行配送

增加线下体验，实体店谋求进取

除了大型智能触摸数字屏，大润发还在实体门店中引入了增强线下视觉性的购物体验，通过智能数字广告屏的使用，大卖场的某个商品被直接全方位的投放到了消费者面前。例如在熟食区，智能数字广告屏对于食物材料来源的介绍，以及制作工艺的播放，在传递食材知识性和安全感的同时，还诱发了消费者对于所演绎熟食的冲动性购买。

这种超市内的商品视频介绍，让消费者对商品不仅有了更直接的完整认知，更是从产地到加工直至零售门店，各个环节的细节呈现，让商品变的更加饱满具体。事实也证明，这些智能数字广告屏的使用不仅仅能对一些新品起到促销作用，对于吸引年轻人来零售门店，也起到了很好的效果。

更重要的是，对于大润发这种全国连锁零售门店而言，不同省、市、区门店的店内广告，如何做到集中或者分布式管理一直是零售环节的难题。借助中央管理机制，所有播放广告的智能数字屏平台都可以在零售商总部一气呵成的完成。这种模式的管理不仅节约了大量的人力培训和纸张广告的固定开销，还避免了各种人工信息传递流程中的不确定性。一举多得的智能数字设备引入，赢得了零售商的全方位的认可。

实体店内的数据，增强管理的利器

即使是全力发展线上零售业态，对于大润发而言，线下零售仍旧是其零售之根本。如何在商品管理和员工管理上更加深入到细节之处，这是大润发的整个管理团队一直在进取和努力的方向。

对于大型卖场而言，人员商品的监督管理一直也是各大零售商的管理团队所面对的头痛问题，高频流动率的零售员工，几万种商品的进库出库，各种乱象在员工和商品之间发生。

大润发的监督管理机制则是一直跟随时代技术的更新而不断寻求改进的，引入新的技术手段来加强场内员工商品的管理，是大润发在实体门店经营中又一靓丽之

笔。

如今，技术的发展已经让影像监控技术不仅仅起到了记录的作用，同时还可以对现场各种数据进行采集。原先依赖于员工的手工录入 ERP 系统的收获记录，员工可能存在的徇私舞弊或者错误录入的可能，而智能影像分析记录了整个交易的过程，数字化的采集手段，既避免了人为的错误，同时根据最终销售零售数据，获得最真实的店内损耗率。



大润发收银线应用研华双面收银机

在增强员工商品的管理同时，和消费者的交互性也是如今线下各大零售着重发力的方向。在大润发店内新启用的研华双面收银机 ITA-1710，以及在休闲吧的双屏 E-POS，不仅仅让消费者在买单时一目了然看到自己所买商品的单价总价，还增添了和多种会员系统直接对接的能力，更是满足越来越多种的消费者付款方式需求，其准确实时的商品售卖数据记录，便捷快速的数据上传，对于后台中央数据库的数据收集和大数据分析，提供了极为稳健可靠的前台有力工具。

大润发在实体零售门店端不断尝试新的技术设备：利用数据化的工具增强与消费者的互动体验，提升卖场的视觉感官，传统卖场进化为现代卖场。其所实施的实体零售数字化+ 线上“飞牛网”紧密结合，正在为大润发带来一个崭新的未来，也为如何打造一个现代化风格的实体大卖场，指明了已经可以实现的方向。