

新零售营销人才岗位和职业能力 调研报告



2019年4月

目 录

一、研究背景及方法.....	3
(一) 研究背景.....	3
(二) 研究方法及调研情况说明.....	3
二、新零售营销类岗位设置情况.....	5
(一) 新零售营销类岗位多集中在销售、运营、门店三大类岗位。.....	5
(二) 新零售营销类岗位更倾向于初级管理岗位.....	6
(三) 新零售营销岗位注重实践经验.....	6
(四) 新零售岗位：线下往线上“易”，线上往线下“难”.....	7
(五) 新零售岗位：需要创新型人才，初级管理层普遍年龄偏小.....	7
三、新零售营销岗位能力分析.....	8
(一) 新零售知识框架构成.....	8
(二) 新零售营销人才知识素质能力分析.....	9

一、研究背景及方法

（一）研究背景

目前市场对既懂线上运营，又有线下门店管理经验的新零售人才处于“市场很饥渴，人才很稀缺”的状态。

阿里巴巴集团 CEO 张勇指出，在 2016 年的双十一活动中，线上线下打通的店铺就已达 100 万家。这对营销人才能力发展提出了很大的挑战，打开招聘网站，输入关键词“新零售”，新零售运营主管、新零售销售、新零售营销专员、新零售店长等众多新职位都翘首以待。面对新零售这样的发展大趋势，近年来营销人才尤其是线上线下融合的新零售人才需求呈现“井喷”式增长。

2018 年“新零售产业学院”作为广州城市职业学院校级培育项目正式启动。项目建设依托行业和区域一流企业以新零售营销人才培养为目标，服务于国家振兴实体经济的发展战略和粤港澳大湾区建设以及广州国际商贸中心建设等产业区域经济发展对新型营销人才的大量需求。新零售背景下，对服务于区域经济发展的营销专业人才而言既是机遇也是挑战。

本次针对新零售营销人才岗位和职业能力情况开展调研活动，为新零售产业学院制定人才培养方案，为将来开展现代学徒制提供积极的建议。

（二）研究方法及调研情况说明

1、研究思路及方法

为了解新零售营销人才的岗位设置及相应的岗位所需能力和素质，本研究采用访谈法、现场观察法和二手资料调研法。访谈法主要全面了解新零售营销人才涉及的岗位职责、任职要求、职业能力和素质，收集语言资料；现场观察法主要在自然环境中不加控制和影响的观察，了解新零售营销人才线下的工作内容以及体现出来的素质和能力，收集非语言资料；二手资料调研法可以广泛收集书面资料。

2、调研情况

访谈情况说明，本次调研采用了专家深度访谈、个人访谈、集体访谈（座谈）三种方式，共计访谈 21 人，其中具体分布如下：

表 1：访谈样本量说明

类型	成功样本量
专家深度访谈	5
个人访谈	6
集体访谈（座谈）	10
总计	21

现场观察法情况说明。

表 2：现场观察法情况说明（N=113）

观察时间	观察地	新零售店铺名称
2018 年 5 月（15 天）	广州番禺	千灿咖啡新零售体验中心
2018 年 6 月（8 天）	广州天河	盒马生鲜
2018 年 7 月（10 天）	湖南长沙	土家梯玛养生体验馆
2018 年 8 月（5 天）	福建福州	永辉超市
2018 年 10 月（5 天）	广州天河	ChaLi 茶里广州 K11 智慧门店

二、新零售营销类岗位设置情况

新零售消费业态的创新升级及迅速发展必将对营销人才提出新的不同要求。通过走访近 15 家咖啡新零售体验门店、医药产品电商企业、旅游服务公司、线下生鲜门店等，新零售背景下营销岗位设置情况主要有五个方面：

（一）新零售营销类岗位多集中在销售、运营、门店三大类岗位。

从品牌数字升级到家电数码、服饰百货、快消商超、家居家装，从餐饮服务到城市乡村双通路和街边社区小店的升级，力求推进消费、供给双升级的新零售已经贯穿各个行业，由点及面地带动互联网时代的业态升级。虽然各行业对新零售岗位的命名不同，但是按照岗位职责来归纳，主要集中在新零售销售岗位、新零售运营岗位、新零售门店店员岗位。具体岗位职责如下：

1、新零售销售类岗位主要岗位职责包括：

①负责搜集新客户的资料并进行沟通,开发新客户；

②线上线下推广开发,用电话或者社交工具(微信,QQ,陌陌等)，地推、扫街特定地点开发客户,并完成销售业绩；

③维护老客户的业务,挖掘客户的潜力；

④定期与意向客户进行沟通,建立良好的长期合作关系。

2、新零售运营类岗位主要岗位职责包括：

①负责公司自有平台的管理和运营。

②熟悉新零售营销模式，负责运营公司自有平台的营销及推广,包括功能策划、在线宣传推广、活动策划、广告投放等。

③制定计划并实现高效运作。包括用户需求分析、平台架构设计、界面设计、网站优化、流量分析、在平台上更新产品页面等。

④建立并不断优化公司的运营流程。

3、新零售门店类岗位主要岗位职责包括：

①负责公司新零售模块的运营管理工作；

②与供应商联合制定销售策略、货物库存管理、门店形象管理，确保完成经营指标；

③确保高质量的顾客服务，及时处理顾客投诉等突发事件；

④线上平台对接及维护，管理线下工作与线上工作的衔接。

从以上岗位职责可以分析：新零售销售类岗位、新零售门店类岗位职责偏重线下的营销工作，新零售销售类岗位只有开展市场推广工作时才需要涉及线上；新零售门店类岗位只需对接线上工作，线上工作设置成新的工作岗位，由其他人完成；而新零售运营类岗位职责偏重线上的营销工作，只有开展地推、扫街等市场推广工作时才需要涉及线上。

（二）新零售营销类岗位更倾向于初级管理岗位

在新零售营销类招聘岗位中，有 70%是需要新零售营销经理、新零售运营总监、新零售门店店长之类的初级管理岗位。

通过访谈得知，零售企业的人才因为工作时间长，工作压力大，工资待遇不高，而社会地位相对低下。造成流动性大，基层工作人员更是少有坚守到三五年的人员，从基层员工培养到中基管理者的过程中，就因为各种各样的原因，导致人员流失，能够胜任初级管理岗位的人才是少之又少。中基层管理人才一样缺乏。

而新零售概念提出来后，依据新零售的内涵，新零售是在信息、管理、物流等方面的革新，是以消费者的偏好为中心，以大数据和互联网技术为依托的一种新型的线上线下的商业经营模式。对于从事新零售的人员提出更高的要求，有更具体的能力和素质特征。而从事新零售的人才只有做到初级管理岗位的阶段，才能真正实现线上线下工作内容的完美融合。而不是仅仅偏重于线上或者线下的基层操作类工作内容。

很多企业不愿意也没有能力从基层培养新零售初级管理人员，只想通过招聘或者引进的方式把懂新零售的初级管理人员引入企业。造成了新零售营销类岗位绝大部分是初级管理类岗位。

（三）新零售营销岗位注重实践经验

访谈中发现，几乎任何一个从事零售行业的人都会关注新零售，因为他们认为新零售意味着商品制造、商业场景、物流流通和衍生服务四大领域发生重大改变，这背后对应的，是供应链管理、物流设备智能化、网络精准营销、社交引导等一系列互联网化手段。

不少访谈者表示，目前能够适应新零售变革需求的“专才”是极度紧缺的。新零售作为新生事物，需要学习的空间，更需要学习的对象，目前，还没有很系统化的培训学习场所，所以企业会更关注有新零售实践经验的人才，持续发现、培育和引进具备创新力的人才，将对企业的新零售计划起到重要的支撑作用。

企业对于能够有院校培养可以直接上岗的，有实践经验的新零售人才表示出了极大的兴趣。90%的企业家表示可以给出同行业相对较高的薪酬给新零售人才。而从二手资料调研中发现，相比“新零售店长”和“零售店长”岗位，前者的薪资较后者高出10%~30%。

（四）新零售岗位：线下往线上“易”，线上往线下“难”

新零售是基于大数据和互联网技术、全业态融合创新，为消费者提供随时随地多场景的新消费体验，所以新零售人才需求的依据根源是在“体验”二字上，“体验”意味着需要直接接触消费者，需要了解终端，具备有终端的经验和基础，即线下经验。

调查结果显示，对于新零售岗位，企业愿意花精力去培训那些有丰富线下经验的人才，但很多线上经营能力较强的人才却可能被拒，新零售岗位：线下往线上“易”，线上往线下“难”

（五）新零售岗位：需要创新型人才，初级管理层普遍年龄偏小

就算开出百万年薪，也不一定找得到合适的人才，这就是中国新零售行业的现状。薪酬可以不是问题，职位也可以商谈，但没有合适的人才。

新零售需要线上线下融合，这对新零售人才所需知识结构和能力有同样的要求，需要人才对行业的准确理解和创新。

新零售需要创新性人才，人才的年轻化会较快适应及接受新的互联网手段、方法，学习新东西的意识会强很多，从而给企业带来生机，会形成一定的创新意识，增强企业的活力。

三、新零售营销岗位能力分析

(一) 新零售知识框架构成

《C时代阿里巴巴新零售研究报告》指出，新零售知识框架主要由前台、中台和后台构成，如图 1 所示：

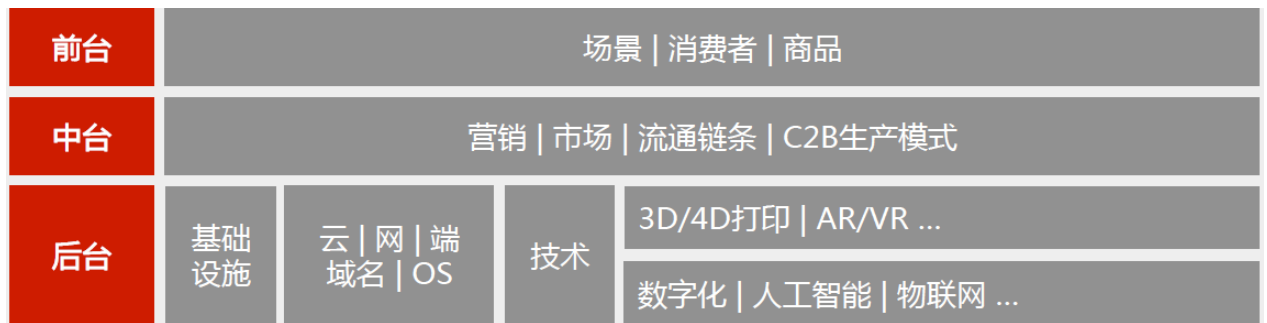


图 1：新零售知识框架

前台包括各种卖场、便利店、移动端、电子商务、文娱活动销售场景，特征清晰可辨的消费群体画像，满足客户需求的商品、服务与内容。从事前台工作的营销人才工作范围从线下实体店延伸至网络销售平台，岗位服务范畴从单一的促成交易向服务体验、品牌推广等扩展。前台营销人才培养的重点更突出数据应用、产品演示推广、实施促销、口碑传递和社区互动等。对中小企业而言，各类工商企业实体店及线下业务岗位主要包括从事门店陈列与展示、商品演示销售、促销活动组织、导购、理货、客户服务等，基层管理人员岗位主要包括业务洽谈、数据统计、市场调查与推广、营销策划与执行、销售管理等。

中台包括以消费者运营为核心的全域营销、基于数字经济的统一市场。新流通链、新生产模式内容。

全域营销包括数据打通消费者认知、兴趣、购买、忠诚及分享反馈的全链路；数据可视，可追踪，可优化；品牌策略、品牌传播、品牌运营全方位精细支撑等内容。

统一市场体现在全球化、全渗透、全渠道。包括基于地域和营业时间的传统商业逻辑被打破，任意场景下的任何两个主体；形成可瞬时达成交易的

新流通链包括新生产服务（数字化生产、数字化转型咨询、智能制造）、新金融服务（供应链新金融）、新供应链综合服务（智能物流、数字化供应链、电商服务商（产业园等））、新门店经营服务（数字化服务培训、门店数字化陈列）

新生产模式如下图 2:



图 2：新生产模式

后台包括：数字经济基础设施、3D/4D 打印技术、AR/VR 技术、传感器和物联网、人工智能等内容。

(二) 新零售营销人才知识素质能力分析

根据新零售知识框架，围绕培养新零售营销人才职业岗位能力，与访谈专家共同进行营销相关职业岗位知识框架与职业能力分析。如表 2：

表 2：新零售人才知识素质能力分析表

胜任力构成	前台	中台	后台
知识	1、了解各种卖场、便利店、移动端、电子商务、文娱活动销售场景； 2、了解特征清晰可辨的消费群体画像， 3、掌握满足客户需求的商品、服务与内容。	1、熟练掌握市场营销知识，各类营销模式； 2、大数据分析方法和技巧； 3、了解品牌策略、品牌传播、品牌运营等品牌管理内容。 4、掌握线上线下渠道管理内容； 5、了解制造生产服务内容；	1、了解数字经济基础设施； 2、了解3D/4D打印技术； 3、了解AR/VR技术； 4、了解传感器和物联网； 5、了解人工智能发展趋势。

		<p>6、了解中间商运作内容,包括金融服务、新供应链综合服务、数字化供应链等知识</p> <p>7、掌握门店管理等知识。</p>	
能力	<p>1、终端掌控能力</p> <p>2、消费者行为分析能力;</p> <p>3、市场调查能力</p> <p>3、客户服务及管理 能力</p>	<p>1、营销策划能力</p> <p>2、品牌传播推广能力</p> <p>3、销售管理能力</p> <p>4、沟通能力</p> <p>5、财务管理能力</p> <p>6、物流管理能力</p> <p>7、门店管理能力</p>	信息技术理解能力
素质	亲和力,成就导向、善于学习、自我管理、抗挫折、抗压力、创新力	亲和力,成就导向、善于学习、自我管理、抗挫折、抗压力、灵活应变、创新力	自主学习、创新力