



特别提示：使用Adobe Acrobat Reader浏览本文档，看全程备注详解。

宠物店O2O赋能计划

社区电商和网络运营助力业绩增长





一、市场观察



美国宠物用品店



PETCO



PetSmart

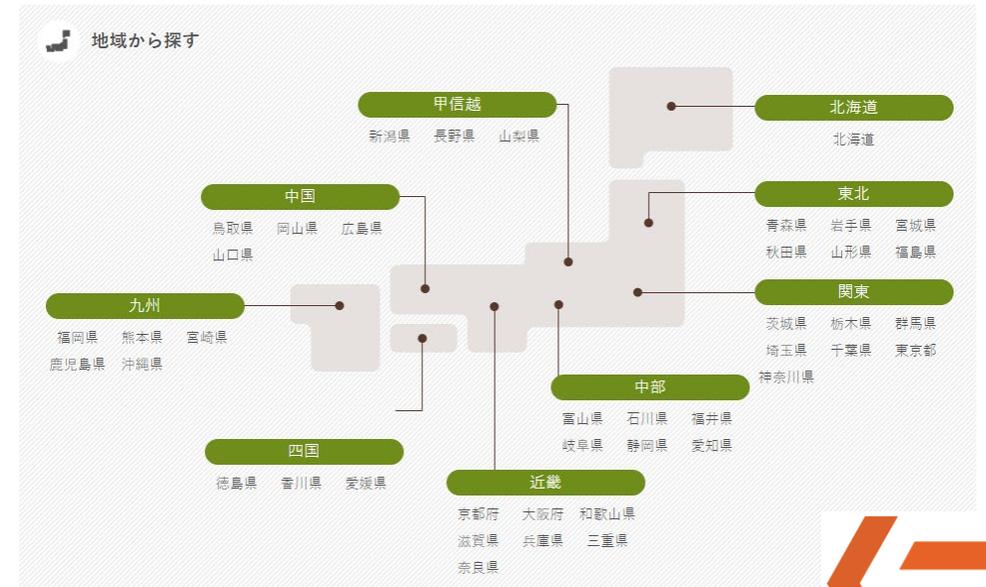




日本宠物用品店



AEON PET



DOG&CAT JOKER



P's-first

九州

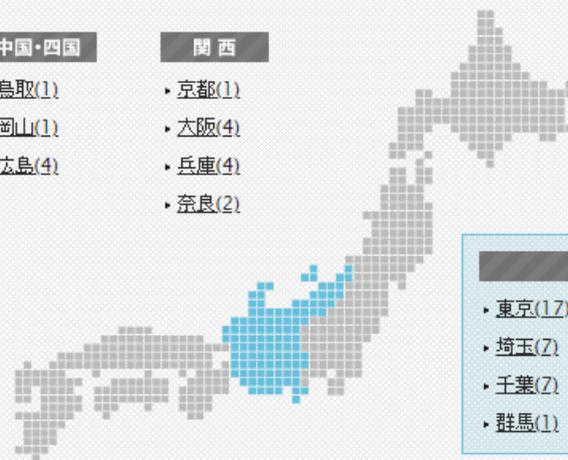
- ・福岡(6)
- ・鹿児島(1)

中国・四国

- ・鳥取(1)
- ・岡山(1)
- ・広島(4)

関西

- ・京都(1)
- ・大阪(4)
- ・兵庫(4)
- ・奈良(2)



エリアまたは都道府県をクリックして下さい。

関東

- ・東京(17)
- ・神奈川(9)
- ・埼玉(7)
- ・茨城(1)
- ・千葉(7)
- ・群馬(1)

中部

- ・愛知(2)
- ・静岡(2)

北海道・東北

- ・秋田(1)





中国宠物用品店





极宠家





连锁品牌



二、中国实体店机遇：O2O



1、同城零售前期基础工作已进入收尾期

关注O2O三大平台



2、疫情黑天鹅带来了难得的市场机会



3、电商行业渗透趋于饱和，必然转向线下市场
迪卡侬和沃尔玛重新开设面积更小、甚至不直接对外营业的小店。



线上交易， 线下配送

- 精细化。
- 贴身服务。
- 流量。

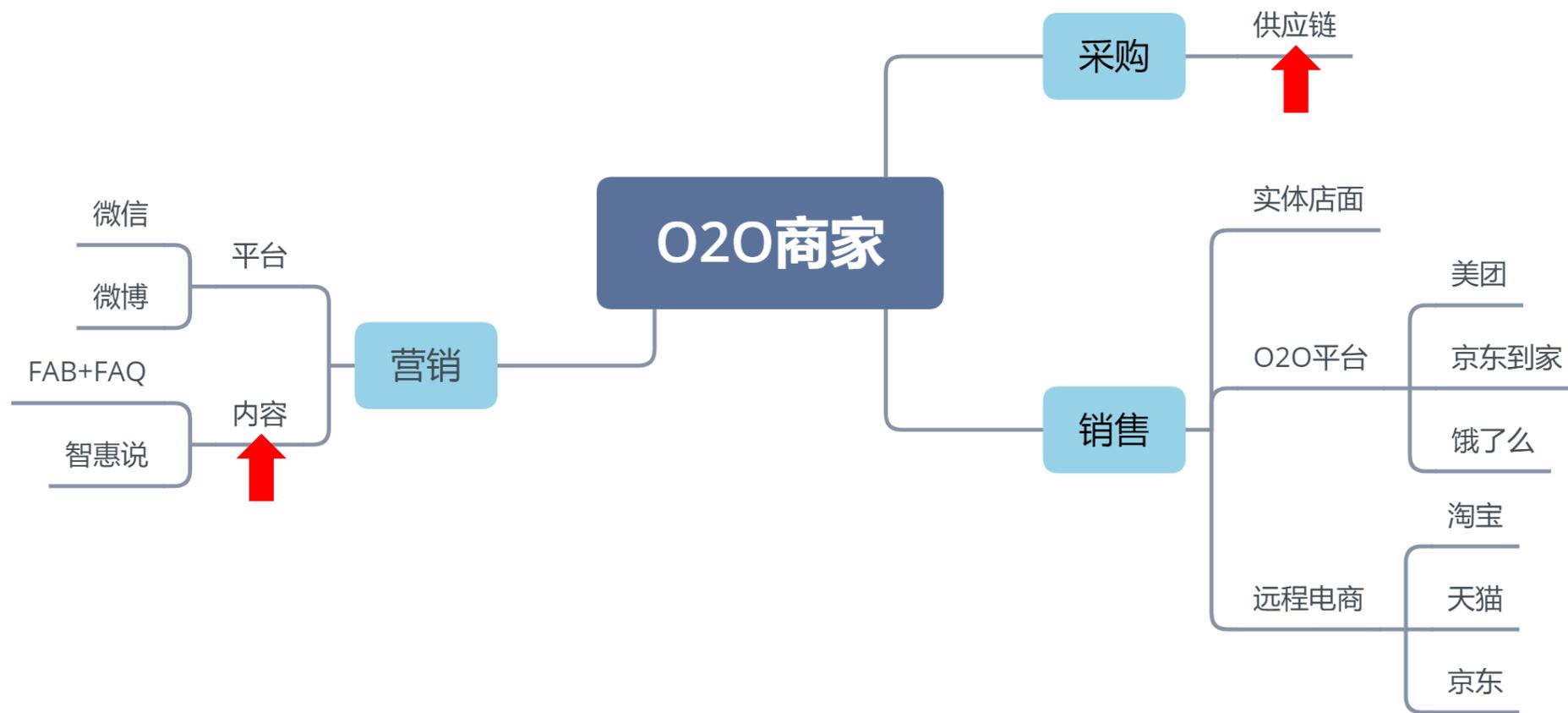


例：萌它宠物

- 主粮、零食、保健品、用品、玩具、药品六大产品品类；
- 300个左右的高流转SKU；
- 不高于线上电商平台的定价；
- 到家服务。



三、整体解决方案





宠物店O2O赋能计划



蹕客：俏货赋能大卖家