



2013 年 3 月

文档 N26

研究报告

IBM Smarter Commerce 上的每一美元花费都可获得 12.05 美元的回报

利润

Nucleus 对来自 21 个 IBM Smarter Commerce ROI 案例研究的数据进行了分析，发现公司每支出 1 美元，平均就可实现 12.05 美元的回报。IBM Smarter Commerce 应用（包括分析和电子商务）可帮助公司购买、营销、销售和提供客户服务。Nucleus 发现，各公司利用 IBM 对于集成、易用性和行业特定功能的投资来增加顶线收入并减少底线成本。

众多行业的公司均对 IBM Smarter Commerce 予以了投资，帮助其提升效率并改善客户服务。Smarter Commerce 产品服务组合包含业务分析、物流、电子商务和其他应用与服务，可支持供应链运作、客户洞察以及客户与合作伙伴接洽。Nucleus 自 IBM Smarter Commerce 出现之初便予以关注，至今已发布了 21 篇有关 Smarter Commerce 客户的深入的 ROI 案例研究。在 Nucleus 分析聚集数据时，我们发现，在部署的前三年，公司在 Smarter Commerce 上每投入一美元，平均就可获得 12.05 美元的回报。

Nucleus 发现，公司在 Smarter Commerce 上每投入一美元，平均就可获得 12.05 美元的回报。

各公司平均 9 个月即可实现其 Smarter Commerce 投资回收，最长为 23 个月，最短仅 2 个月。

分析的案例包括使用 Smarter Commerce 技术的美国和欧洲公司以及政府机构。所有这些案例研究均由 Nucleus 根据我们自身的标准 ROI 案例方法独立开发。对详细的 ROI 数据的审查是我们独立执行的，仅在完成时通知了 IBM 这些结果。

分析按照其他 Nucleus 研究报告中所使用的相同方法（Nucleus Research *I120 - CRM pays back \$5.6 for every dollar spent*, 2011 年 11 月），并根据三年内所有直接和间接收益总和和对这三年内的总成本进行了评估（包括软件、硬件、咨询、人员与培训）。

对于部署未满三年的客户，Nucleus 使用了保守方法对成本和收益进行了展望。所有案例研究和底层的财务详细信息均可供 Nucleus Research TechAdvisor 预订客户查看，并且许多案例研究也可供非客户从 NucleusResearch.com 免费下载。

通过 SMARTER COMMERCE 实现顶线和底线收入

Nucleus 发现，Smarter Commerce 项目可令顶线和底线收入都获益匪浅，约 60% 的回报来自间接收益（例如，工作效率），其余则来自直接节省（例如，运营成本降低或者避免雇佣新员工）。客户实现的关键收益包括：

- 提高工作效率。在许多情况下，各公司通过自动化原先手动的流程并提高员工工作效率，只需更少的员工即可完成更多的工作，或者避免了随着企业发展而雇佣更多员工。
- 降低成本。Smarter Commerce 客户在许多领域（例如，客户呼叫处理成本、技术成本和与供应链事务相关的其他成本）都体会到了成本的降低。
- 改善库存管理。对客户需求和库存级别的更高可视性，使 Smarter Commerce 客户能够更好地控制其库存，从而减少库存运输成本并提升了库存周转率。
- 完善决策。更高的敏捷性以及对决策数据的快速洞察，令使用 Smarter Commerce 的公司能够更快制定决策，并信心十足地基于这些决策开展行动。
- 减少客户流失并提高客户满意度。使用 IBM Business Analytics 的公司能够通过主动处理客户流失的倾向，从而更快速地了解客户满意度，并留住可带来更多利润的客户。例如，某电信业客户通过进一步优化其客户流失分析，在第一年就将客户流失率降低 8%，第二年则降低 18%。

客户利用预先封装的功能

通过 Smarter Commerce 平均获得的 12.05 美元的回报，在 Nucleus 曾见证的其他技术部署评估（例如，分析和 CRM）得出的回报范围内位居前列。许多 Smarter Commerce 客户指出，他们通过利用 IBM 在提供集成解决方案、更直观的用户界面以及预先封装的行业功能上所做的投资来实现高回报：

- 集成解决方案和预先封装的行业功能缩短了部署时间和实现价值的时间，同时降低了整体项目风险。

- 易用性的提升进一步推动了快速采用，并更便于各公司越过原先作为主要分析用户的数据专家范畴，促使临时用户和业务用户也能采用技术（例如，业务分析）。

对于 IT 通常资源有限的政府部门（例如，社会服务机构和警务部门）中采用 **Smarter Commerce** 技术的客户而言，行业特定的功能和专业知识对这些客户能否取得成功显得尤为重要。

SMARTER COMMERCE 对于小型企业的价值

Nucleus 分析的 **IBM Smarter Commerce** 客户范围从大型跨国企业到小型公司和政府组织。

Nucleus 发现，小型组织往往会更快获得投资回收（通常少于 9 个月）。在分析这一差异背后的原因时，Nucleus 发现了三大关键主题：

- 预算较少。毫无意外，小型组织更有可能从需要较少初始投资和少量员工培训的试点项目或点式项目开始。许多项目均为低端项目，在三年期内所涉及的总预算少于 50000 美元。
- 集成需求较低。大部分小型企业仅使用一种应用程序，集成和测试成本有限。
- 围绕技术采用的策略和流程较少。在大部分情况下，在小型组织中，主要工作仅围绕单个项目展开。在较大的企业内，有更多的团队参与到买入和变更管理工作中，在内部规划和沟通上花费的时间更多。

结论

IBM 的 **Smarter Commerce** 计划致力于帮助客户更好地理解他们的客户和交易，以便优化其端到端的供应链。**Smarter Commerce** 产品服务组合随着 IBM 在市场营销、分析和商务领域开展的各项收购而逐渐发展壮大。IBM 也在为客户提供更多集成解决方案上进行了系统地投资，这些解决方案可更快部署，具有即取即用的行业特定功能。

Smarter Commerce 已成为 IBM 的一项成功的营销活动。通过分析实际数据，Nucleus 发现，投资于 **Smarter Commerce** 的客户在增加顶线收入和减少底线成本两方面均已实现可观的回报。