

IBM快速消费品行业电子商务解决方案



项目背景

作为对传统线下门店销售和分销渠道的补充和促进,电子商务正在被快速消费品行业广泛应用。伴随快速消费品行业客户正在从以产品为中心的运用模式向以客户为中心的运营模式转移,企业迫切需要接触终端客户、建立最终消费者数据库、了解和分析消费者需求及特点、与客户展开互动、建立和保持客户的忠诚度等,而电子商务则被认为是实现以客户为转移的最便捷和有效的手段,并在宣扬企业品牌形象,开展多样化网络营销,实现有针对性的精准营销方面肩负重任。而快速吸收和采用Web2.0等新技术和社会化电子商务等新理念,以此满足日益挑剔的消费者的消费心理和提供无缝跨渠道购物体验成为当务之急。

业务难题

- 如何在互联网上快速发布企业多样化的产品;
- 如何让客户可以放心的在网上买到正牌产品;
- 如何优化网上购物流程,增强购物体验,提高品牌忠诚度;
- 如何有效收集、分析用户数据并以此制定出精准营销战略;

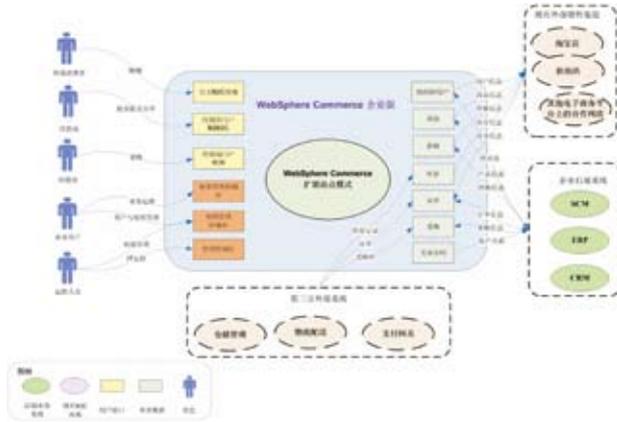
- 如何兼顾行业特点、现有业务、管理以及运营维护的需求;
- 如何实现系统架构的灵活扩展,以便满足业务创新的需要;
- 如何快速应对瞬息万变的市场竞争环境并且做到及时调整业务模式和业务流程;
- 如何处理好电子商务这个新的网络渠道和传统线下门店、各级别经销商代经销商的渠道冲突问题;
- 如何实现各种前端销售渠道和后端供应商、仓储提供商、物流配送商,以及企业现有客户关系管理系统、产品主数据系统、ERP财务系统等多种后端遗留系统和第三方合作伙伴系统的有效整合;

解决方案

方案简介

基于WebSphere Commerce的多渠道电子商务解决方案提供了对多种商务模式的全面支持,实现了系统与数据的有效整合与统一共享,基于流程的管理与交易变得更加高效、顺畅,平台同时支持对第三方系统的有效整合,满足了企业灵活应对业务变化的需求。

架构图示



方案价值

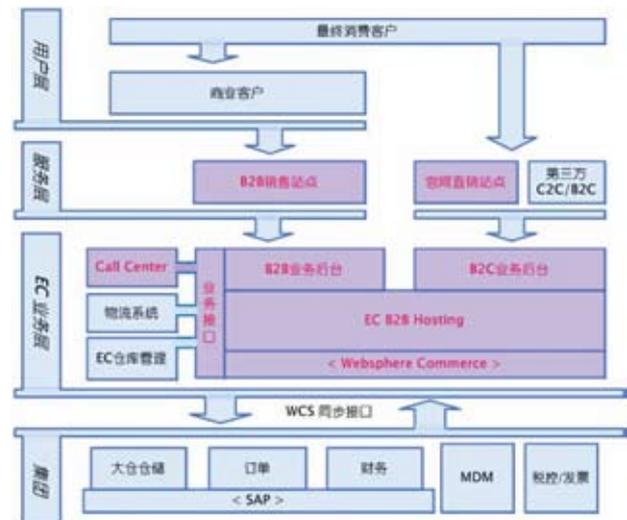
- 首先，采用该方案的企业的电子商务平台支持多种商务模式，包括面向最终消费者的B2C直销模式、面向代销合作伙伴的B2B、B2C的代销以及面向经销商的B2B销售模式。不同的客户可以从不同的虚拟商店接口来介入电子商务系统，满足各种类型用户的个性化需求；
- 电子商务平台也给企业内部业务人员、IT人员提供了相应的管理工具，业务可以从事商店、销售、产品、订单、库存、市场营销等业务管理，也可以从事组织、用户、权限等管理。还有专门的IT运维工具帮助IT人员随时了解和干预平台运营状况；
- 该解决方案支持与企业现有的其他电子商务平台上的网店集成（例如企业在淘宝平台上的自营网店），实现商品、库存和订单同步，从而既发挥了企业电子商务平台作为业务数据中心、业务规则中心的企业电子商务门户网站特点，又充分利用多种现有销售渠道来扩大销售业绩的优点；
- 电子商务平台作为面向销售和营销的客户交互平台，可以与企业现有遗留系统紧密整合，实现业务流程上的合理优化，从而提高电子商务运营效率、降低企业运营成本，也可以更好的服务客户。电子商务平台一般情况下可能会和企业的ERP财务、库存、产品主数据等系统、CRM客户关系管理系统、SCM供应商管理系统等后端遗留系统集成；
- 企业的电子商务平台有很强的集成能力，支持与电子商务运营相关的外部系统集成，例如第三方仓储系统、物流配送系统、银行等各种支付网关；

IBM软件

- IBM WebSphere Commerce

成功客户

中国某国际知名国内领先的运动品牌企业，基于WebSphere Commerce建立自己的电子商务系统，同时支持B2B、B2C和线上渠道管理等多种商业模式。他们利用本解决方案管理公司的采购、库存，管理B2B的渠道客户，建立面向经销商的B2B商城，统一的订单履行系统，以及与企业ERP集成，实现商品目录的同步、财务汇报等；



用户层：用户层中展示的是电子商务销售渠道的主要购买者，在EC平台中面对的客户只分为商业客户和最终消费客户；

服务层：服务层中包含了EC对外网上营销门户，它们首先分为B2B和B2C两大类销售门户，而B2C还分为官网直销门店和第三方C2C或B2C销售平台(如：淘宝网)；

业务层：EC业务层中包括了EC平台以及在EC部门维护的外部业务系统；

集团层：需要进行系统集成的，为EC平台提供数据基础的其他集团信息系统，如：SAP、MDM等；

通过此电子商务系统，该公司统一了多种线上商业模式，如线上的代销模式(B2B、B2C)、直销模式(独立B2C官网、淘宝店)以及B2B直销。另一方面，通过和后端系统如仓储系统和ERP的无缝整合，极大提高了运营效率。系统上线后，线上业务得到了巨大的提升，电子商务部门也成为公司增长最快的部门之一。