



要点

- 通过单个集成解决方案来管理定价流程上的各个方面。
 - 通过使繁琐、耗时的定价任务自动化，提高效率、准确度和一致性
 - 自动检测产品和生命周期阶段之间的定价冲突
 - 优化定价以在保持价格形象的同时提升销售额、销量和利润
 - 更为有效地管理接近生命周期末期的商品，负责处理商店级别变化的各级库存和需求。
 - 获得有关客户购物方式的新洞察
-

IBM DemandTec Lifecycle Price Management

支持整个商店的定价活动，包括新商品、常规零售商品、促销商品和清仓商品

世界领先的零售商均使用 Lifecycle Price Management 来管理定价，以简化定价流程并同时提高在整个产品生命周期中的定价准确度和一致性。许多 Pricing Management 解决方案的用户正充分利用强大的消费者、需求和市场洞察，为实际上商店中的所有商品定价，而其他人员则从解决方案在整个产品生命周期中对价格进行管理的综合方法中获益。

Pricing Management 包括可由零售商单独部署或以综合解决方案形式一齐部署的基于云的集成应用程序。通过运用此解决方案，零售商可以实现许多目标，包括提高效率、优化定价以及获取针对客户行为的新洞察。

通过使繁琐、耗时的定价任务自动化，提高效率

Pricing Management 可以消除过去与根据规则定价、价格维护和价格执行有关的乏味工作，从而零售商可以投入更多时间专注战略分析。主要功能（例如根据规则定价）有助于零售商确保他们的定价符合其定价策略。定价维护规则使零售商能够将管理成本和竞争对手价格变化的流程以及确定何时将新价格发给商店的流程自动化。先进的冲突管理规则与测试专为确保基础价格、促销价格和清仓价格的协调和统一而设计，有助于避免在购物者中产生消极的看法。



优化定价以在保持价格形象的同时提升销售额、销量或利润

Pricing Management 还可以充分运用业界最为先进的一项消费者需求科学。IBM DemandTec 解决方案将商店/SKU 级别的需求与对单独购物者细分领域的深入洞察相结合，使零售商能够更为有效地对营销战略、买家计划和销售策略进行综合运用。然后，商家和买家可以对每项商品的弹性以及同类产品的利润侵蚀效应、光晕效应和跨类别拉动效应具有更为详细、更可衡量和更为准确的了解，以部署他们的首选战略。借助“假定分析”模拟，零售商可以创建和评估多个定价方案，以在在上架出售定价之前对他们的定价战略进行微调。

获得有关客户购物方式的新洞察

在购物者对价格变化的反应方面，Pricing Management 有助于零售商形成更好的认识。过去，商家只能依赖他们的经验和直觉，而如今，商家可以通过图示，根据每项商品、商品系列或类别的弹性曲线来查看价格变化对销售额、销量和利润的影响。这些洞察有助于使零售商能够针对不同价格点快速分析潜在的利益交换，以及评估转变品牌和 SKU 需求的机遇。

跨产品生命周期管理价格的综合解决方案

Pricing Management 包括基于云的相关应用程序，这些应用程序旨在使零售商能够实际上在商品生命周期的任何阶段均能有战略性地为商品定价 – 包括新商品、常规零售商品、促销商品和清仓商品。这些应用程序在 IBM 网络中，由一个个性化的门户提供。Lifecycle Price Management 包括以下应用程序：

- IBM® DemandTec® Price Management 是专为复杂的基础定价和促销定价管理提供支持而设计的运营价格管理系统。此系统通过将最为繁琐和耗时的定价任务自动化来帮助提高效率并确保合规性。
- IBM® DemandTec® Price 充分运用已获专利的消费者需求建模技术与能力，以提供专为改善围绕基础定价进行决策而设计的各种工具。此产品与服务包括预测、优化、假定分析以及绩效报告。
- IBM® DemandTec® Promotion 使零售商能够预测不同的促销方案，包括不同的价格点（例如，七五折与买二送一）和策略（例如，广告展示），并对结果进行比较以找出能有力推动期望结果实现的选项。
- IBM® DemandTec® Price Markdown 有助于零售商对不再搭售的商品进行计划以及优化定价、利润管理和控制以及库存量的统计。

关于 IBM 企业营销管理

IBM 企业营销管理 (EMM) 套件是为满足营销组织需要而专门设计的端到端集成功能集。IBM 的 EMM 套件集成并简化了联机和脱机营销的各个方面，使组织和个人能够将他们的营销热情转化为宝贵的客户关系和更多可盈利、及时并且可衡量的业务成效。

产品套件的价格、促销和产品组合优化解决方案让推销商和销售计划员调整价格、促销活动和产品优惠，从而提升客户满意度并增加利润。

如需更多信息

如需了解有关 IBM 企业营销管理的更多信息，请联系 IBM 营销代表或 IBM 业务合作伙伴，或访问以下网址：

www.ibm.com/software/marketing-solutions.

智慧商务：集大成者的方法

IBM DemandTec 产品是 IBM 智慧商务计划的组成部分。智慧商务是一种独特的方法，能够帮助企业在不断迅速变化的数字世界中提升其为客户、合作伙伴和利益相关方所创造的价值。如需了解有关智慧商务的更多信息，请访问：www.ibm.com/smarterplanet/commerce.



© Copyright IBM Corporation 2012

IBM Corporation
Route 100
Somers, NY 10589
U.S.A.

美国印制 2012 年 11 月

IBM、IBM 徽标、www.ibm.com 和 DemandTec 是 International Business Machines Corporation 在美国和/或其他国家/地区的商标。如果这些及其他带 IBM 商标的术语在本文中首次出现时带有商标符号 (® 或 TM)，则表明在发布本文时已经是 IBM 的美国注册商标或习惯法商标。此类商标也可能是在其他国家/地区的注册商标或习惯法商标。其他产品、公司或服务名称可能是其他公司的商标或服务标识。IBM 商标的最新列表可通过以下网址的“版权与商标信息”查看：www.ibm.com/legal/copytrade.shtml

本文档为初始发布日期时的最新文档，IBM 可能随时对其进行更改。并非所有产品在 IBM 开展业务的每个国家/地区均提供。本文中引用的性能数据和客户示例仅用于说明。实际性能结果可能会有所不同，具体取决于具体配置和操作条件。

本文中所述的性能数据是在特定操作条件下得出的。实际结果可能会有所不同。本文档中的信息“按原样”提供，不带任何明示或暗示的保证，其中包括关于适用性、对特定用途的适用性的任何保证，或不侵权的任何保证或条件。IBM 产品根据提供时所依据的协议的条款与条件进行保修。



请回收利用