



要点

- 借助统一的定价和促销应用程序，显著改善交易规划
 - 更准确地预测品牌和零售类别在交易量和财务影响方面的重要指标
 - 通过全面的交易规划用例来增强零售分销的成功
-

IBM DemandTec 客户交易规划

借助 IBM DemandTec 客户交易规划应用程序，制定更周密的计划

对消费品制造商来说，如何制定正确的交易营销策略，已成为一个严峻而重要的课题。随着原料成本的攀升和竞争威胁的加剧，预测营销和日常价格活动对交易量和利润目标的相对影响，也已成为一项不可或缺的规划要求。

IBM® DemandTec® 客户交易规划应用程序使得业务管理人员可以在一个统一的规划环境中预测营销和定价活动。借助这种强大能力，制造商可以确定和预测可能的交易量和盈利能力指标，从而帮助改善交易规划职能，并获得可持续的竞争优势。

借助统一的定价和促销应用程序，显著改善交易规划

几乎所有定价和促销策略都具有高度的相互依存性，并且应基于共同的分析基础。例如，如果同时推出一个限价促销和一个为期 6 个月的 EDLP（每日低价）垫付促销，则限价促销所能实现的销量可能会被大大低估。通过制定一个包含日常价格假设和促销策略的交易营销总计划，可以获得更完整的规划图，并帮助提高预测的准确性。

借助 IBM DemandTec 解决方案，可以实现统一的定价和促销规划，因为几乎所有需求系数都以相同的基本消费数据为蓝本。这种方法不仅提供了一系列可用于规划目的的一致假设，而且还有助于获得几乎可以在单一视图中包含所有交易活动的类别计划。



更准确地为品牌和零售类别预测交易量和财务方面的重要指标

DemandTec 客户交易规划为消费品制造商及其零售客户带来了经过实践证明的业务规划优点。根据用户的既定目标，DemandTec 客户交易规划的客户已在交易规划方面实现了以下幅度的改进：

- 促销量增长率高达 15%
- 总交易量增长率高达 5%
- 增量成本削减率高达 10%
- 零售商利润增长率高达 8%

虽然结果可能会因交易类别和零售类型而存在差异，但 DemandTec 客户交易规划的客户都毫无例外地在交易量、利润和市场份额方面实现了显著改善。

通过按照业务组合来量化市场竞争活动，做到以智取胜

促销和定价策略创造了通过竞争来增加交易量和市场份额的机会，反过来也是如此。竞争性的定价和促销策略可能会削弱品牌的份额和利润率，从而使交易营销计划的效力打折扣，哪怕是最好的交易营销计划，情况也是如此。为了帮助对冲预期的竞争性交易活动，当某个竞争性的国内品牌在某个重要类别周期中进行促销时，务必要事先了解潜在的财务影响。

由于 IBM DemandTec 解决方案几乎为类别中的每一种产品都创建了需求弹性曲线，包括国内品牌的竞争对手和贴标商，因此，DemandTec 客户交易规划可以量化竞争性交易活动所造成的财务影响。业务管理人员可以通过模拟来了解竞争性交易计划将会如何影响自己的促销产品、整个业务组合乃至零售商的整个类别。除了其他好处外，这种先发制人的“战争游戏”还可以帮助制造商在零售分销过程中构建更强大、更加以类别为中心的案例。

通过全面的交易规划用例来增强零售分销的成功

使用 IBM DemandTec 应用程序的制造商都纷纷表示在各自领域中实现了显著的竞争优势和更好的绩效。

IBM DemandTec 解决方案帮助客户实现成功零售的方式包括：

- 了解消费者对某个零售类别下的每一种产品的需求。
- 规划和预测综合的交易活动，包括价格调整、广告投放和展示支持。
- 将多个交易营销整合成一个类别计划，然后对整个计划进行重新预测。
- 对在更宽的规划窗口中采用嵌套 EDLP 垫付促销的交易活动进行评估。
- 通过预测计划的品牌和零售商类别结果，包括蚕食、总促销量和周转量，改善分销环节。

让您的的交易规划团队拥有适当的制胜工具

在当今竞争激烈的零售环境中，选择正确的预测工具是一项必须具备的能力。DemandTec 客户交易规划利用科学的消费需求管理来确定最佳的定价和促销策略。这种强大的预测规划能力以现成方式提供，借此，客户服务团队和总部用户可以通过高效预测来获得经过实践证明的业务结果。

IBM 企业营销管理简介

IBM EMM 套件旨在满足特定营销和商品销售用户的特定需求，由四个单独的解决方案组成。数字营销优化可让数字化营销商将在线潜在客户转化成回头客和忠实的拥护者。借助营销互动优化，客户关系营销组织可让每个客户与潜在客户通过沟通渠道参与一对一的对话。价格，促销和产品组合优化可让商品陈列人员和销售规划人员协调价格、促销和产品优惠，从而提高客户忠诚度和盈利。借助市场表现优化，营销主管、规划人员和决策人员可以改善总体营销运营情况（尤其是规划流程），降低成本并改善营销成果，从而最大限度地提高营销回报率。

欲了解更多信息

要了解有关 IBM 企业营销管理套件的更多信息，请联系您的 IBM 业务代表或 IBM 业务合作伙伴，或访问以下网站：www.ibm.com/software/marketing-solutions.

智慧商务：一种集成方法

IBM DemandTec 产品是 IBM 智慧商务计划的一部分。智慧商务是一种独特方法，它可以在瞬息万变的数字世界中提升各个公司为各自客户、合作伙伴和股东创造的价值。要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 9 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