



零售业电子商务 解决方案



零售业电子商务解决方案

行业特点

传统零售企业正面临新兴电子商务企业愈发激烈的竞争和挑战，同时，如何提升年轻消费者的忠诚度，如何快速覆盖中国二三线城市旺盛的消费需求，都是传统零售企业急需通过电子商务解决的问题。

软件能力:

完整的电子商务解决方案，包括电子商务系统；订单管理系统；仓库管理系统；物流管理系统

解决方案概述:

传统零售业电子商务项目的目标大体是以电子商务平台为中心打造多渠道销售平台，为中高端消费人群提供一站式服务。具体内容包括:

- 构建多渠道营销体系，在未来商业竞争中取得领先优势。IBM软件部可以和实施团队一起为客户设计未来电子商务业务模式和发展策略，并充分利用WebSphere Commerce产品的强大功能整合现有各业务系统，统一管理电子商务、会员营销和目录营销等功能。
- 建设一个支撑未来业务发展的多渠道营销电子商务平台。基于打造以用户为中心的电子商务平台的理念，实施团队可以基于WebSphere Commerce这款可扩展的，灵活的，性能优越的平台软件实现了精准营销等多种功能，为用户享受一站式信息服务提供了便利。

通过互联网营销推广零售企业品牌，提高市场认知度、美誉度和品牌忠诚度。WebSphere Commerce软件预置了多种与主流社交网

站(SNS)整合的接口，辅以对销售和售后服务流程的统一管控，能够提供最为美妙的用户体验。



解决方案价值主张:

- IBM电子商务解决方案能够帮助客户管理电子商务业务流程中的各个环节，辅以业界最为领先的精准营销、移动商务(Mobile)、社交网络(SNS)推广和售后服务等功能，为用户提供难以置信的美妙购物体验。
- 作为全球首家发明电子商务理念的公司，IBM软件部能够为顾客分享我们15年来对电子商务行业的理解和洞察，帮助传统零售商快速转型，走向成功。
- 在中国，IBM软件研发试验室有超过200名专家专门从事电子商务解决方案的研发工作，为本地数十家客户提供了专业的服务和指导。
- 在多年来的众多业界第三方评测里，IBM WebSphere Commerce软件始终居于领导者的地位。



零售业电子商务解决方案

IBM产品:

- WebSphere Commerce(电子商务系统)

成功案例: 国内某百货公司多渠道营销电子商务平台

客户背景:

该百货公司于1987年创立,在近十年的时间里发展显著。连锁百货商店遍设马来西亚各主要城市,至今已开设了三十余间购物中心以及精品专卖连锁店,成为全马百货店最大、最成功的零售连锁集团。

该百货公司于1994年进驻中国零售业市场,定位于中高端消费群体。是最早在中国经营时尚百货外资连锁企业之一,并且目前已经发展成为中国最大的时尚百货集团之一,拥有覆盖中国29个主要城市46家门店的最广泛的营销网络。

客户需求:

集团将电子商务作为公司在整个亚太区的战略业务大力发展,在中国,希望与世界领先的厂商一同合作打造以电子商务平台为中心的多渠道销售平台,为中高端消费人群提供一站式Life Style服务。具体内容包:构建多渠道营销体系,建设一个支撑未来业务发展的多渠道营销电子商务平台,并通过互联网营销推广品牌,提高市场认知度、美誉度和品牌忠诚度。

客户收益:

通过软件部与GBS的通力合作,IBM为其搭建了基于WebSphere Commerce的电子商务平台,为消费者提供了丰富贴心的购物体验。基于此项目,让客户拥有了国内最为领先的以电子商务为中心的多渠道销售平台,在无缝整合集团内各系统的同时,能够了解用户的购买行为并开展丰富的精准营销活动,大大提升了销售额和品牌知名度。

IBM方案价值:

- IBM电子商务解决方案能够帮助客户管理电子商务业务流程中的各个环节,辅业界最为领先的精准营销、移动商务(Mobile)、

社交网络(SNS)推广和售后服务等功能,为用户提供难以置信的美妙购物体验。

- 作为全球首家发明电子商务理念的公司,IBM软件部能够为顾客分享我们15年来对电子商务行业的理解和洞察,帮助传统零售商快速转型,走向成功。
- 在中国,IBM软件研发实验室有超过200名专家专门从事电子商务解决方案的研发工作,为本地数十家客户提供了专业的服务和指导。
- 在多年来的众多业界第三方评测里,IBM WebSphere Commerce软件始终居于领导者的地位。



© 版权所有IBM Corporation 2012

IBM、IBM徽标、ibm.com是国际商业机器公司在美国和其他国家或地区的商标或注册商标。如果上述和其他IBM商标在本文中初次出现时带有商标符号(®或™),则表示在此信息发布时,这些商标是IBM拥有的、在美国的注册商标或普通法商标。此类商标在其他国家/地区也可能是注册商标或普通法规定的商标。可在网络上获取IBM商标的最新列表,请查看ibm.com/legal/copytrade.shtml的“Copyright and trademark information”部分。未经IBM公司书面许可,不得以任何方式复制或传播本文档的任何部分。

到发布之日止,产品数据都进行了准确性审核。产品数据可能随时更改,恕不通知。关于IBM未来方向或打算的声明仅代表IBM的发展目标,如有变更,恕不另行通知。IBM“按原样”提供本出版物,不进行任何明示或暗示的保证,包括推销期间或出于某种目的而做出的任何暗示的保证。一些法律法规不允许在不预先通知的情况下在某些交易中表达或暗示质量免责声明。

本文档针对IBM和非IBM产品及服务的性能数据是在特定的操作和环境条件下得出的。由任何该产品或服务的执行方获得的实际成果取决于大量特定于该方操作环境的因素并可能有很大差异。IBM不保证此类产品或服务的任何实现能够获得或包含此类成果。本文档中包含的有关第三方的任何材料基于从该方获得的信息,并没有独立验证信息的精确性。本文档不等于来自IBM对任何第三方产品或服务的明示或暗示的建议或认可。

客户应自行保证遵守法律法规要求。获取有能力的法律顾问关于确定和解释任何可能影响客户的业务的相关法律和法规要求,以及读者为遵守法律可能必须采取的任何措施的建议是客户自己的责任。IBM不提供法律建议,也不表示或保证其服务或产品将确保客户遵从任何法律或规定。

