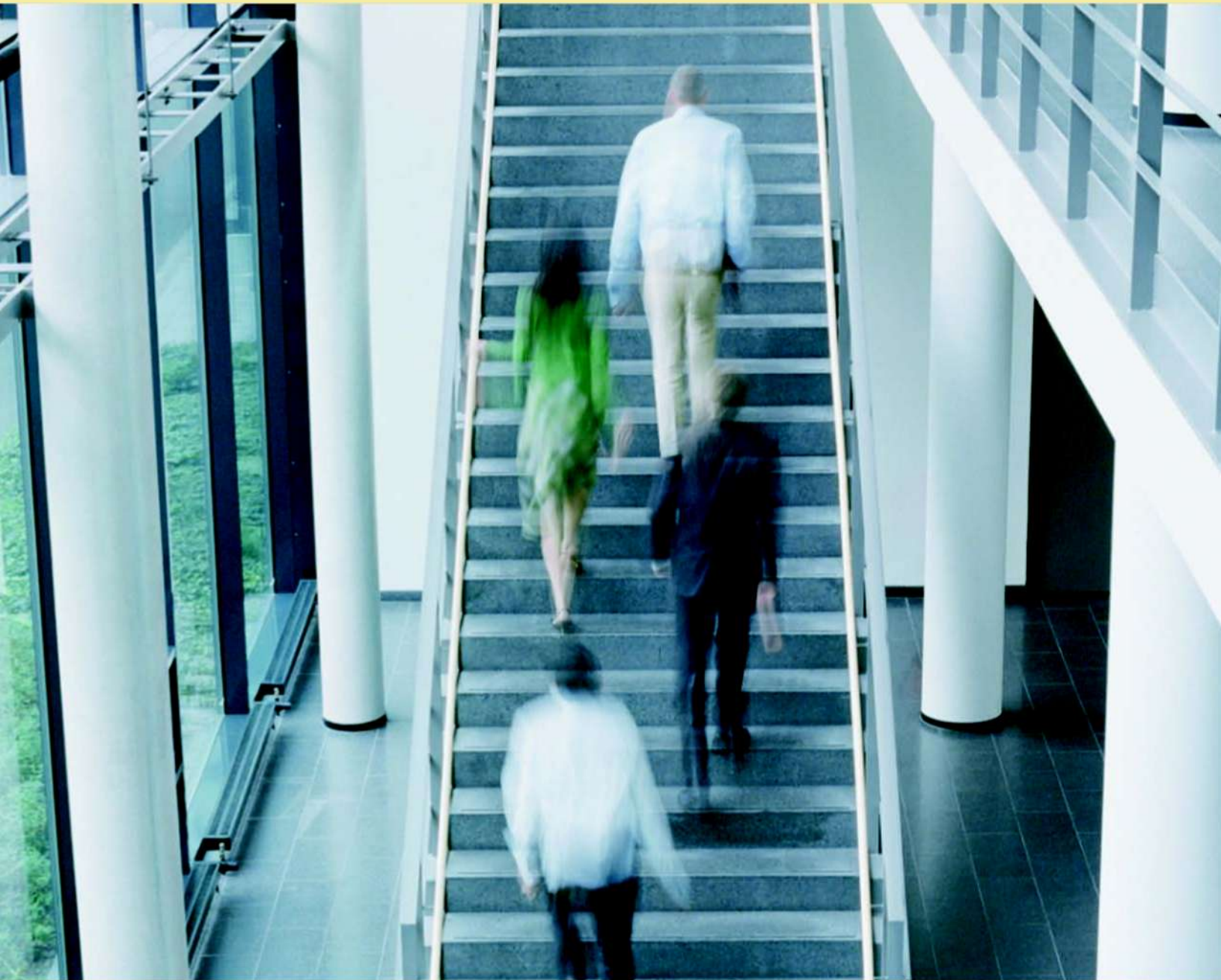


零售商品分类管理绩效蓝图



简介

如今的消费者在制定采购决策时有诸多选择。产品选择和渠道的增多以及市场条件的变化，正在改变他们的消费习惯。零售商们需要比以往任何时候更加努力地赢得客户，同时掌握销售业绩和经营绩效，还要洞察能优化运营和最大化利润的趋势。

那么，成功的零售商如何能够在竞争对手踌躇不前之时发展壮大？他们可以轻松地建模场景来开发最佳计划，对照计划查看其经营绩效，并通过这一可见性制定智慧的决策。他们可以使用工具来判断不断变化的客户爱好和关注点，并对计划和运营进行必要的调整，以满足客户偏好和市场因素。

*IBM Cognos® 零售商品分类管理绩效蓝图*为您提供制定智慧的购买决策和满足利润目标所需的可见性，同时为您的客户提供一种与众不同的商品搭配。

可见性、洞察和行动 — 目前的零售业挑战

零售业的基本概念多年来一直未变：那就是要以优惠的价格为顾客提供独一无二的商品和服务。改变的只是现代零售业务的规模和复杂性。客户需求、激烈的竞争、更多的渠道、更具挑战性的时间和规模、缩短的产品生命周期、日益重要的供应链、全球化趋势和经济增长速度减缓，这些都推动着对更高绩效的需求。此外，在零售商试图应对这些因素时，他们面临着以下挑战：

- 不连续的规划流程。
- 库存投资的优化——避免缺货、过量库存。
- 由于需求预测不准确而使购买量下降。
- 区域划分不明确。
- 与其他零售商的差异化。
- 不景气的产品选择。

要解决这些挑战，零售商需要更好的信息、运营效率和库存控制。速度、灵活性和关于商品绩效的最新信息对于零售商在满足客户需求的同时实现销售额、利润和库存投资回报目标至关重要。同样重要的是，公司各部分都需要齐心协力管理公司战略并实现目标。

零售商需要的是一个商品规划解决方案，用于帮助他们：

- 开发更好的计划来实现智慧的库存投资。
- 管理库存水平来帮助提高销售额和利润。
- 及时预见趋势来调整供需。

零售商品分类管理蓝图就是这样一种解决方案。

零售商品分类管理蓝图简介

零售商品分类管理蓝图可提供季前和季中商品规划和绩效管理。它包括目标设定、自顶向下和自底向上的规划、一致性、场景建模和数据可视化，以帮助零售商对照计划来管理绩效（图 1）。

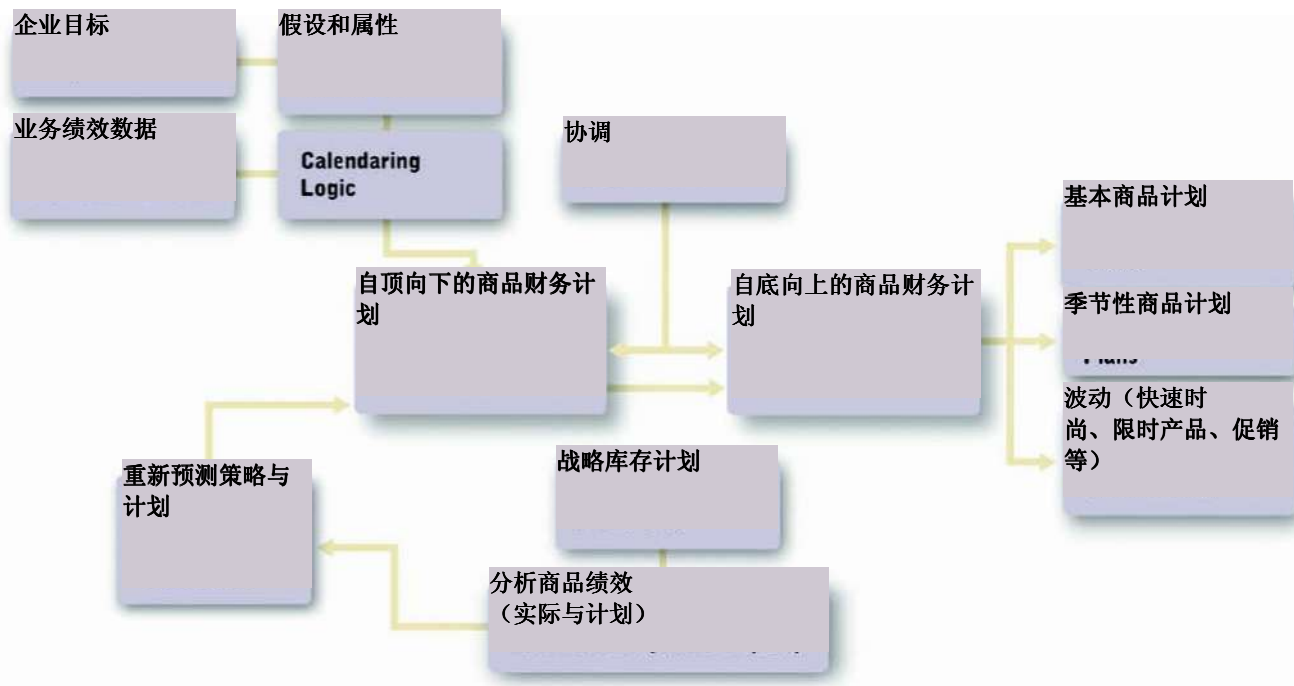


图 1. 零售商品分类管理蓝图集成解决方案流程

IBM Cognos 绩效蓝图是一组预定义的数据、流程和策略模型，提供绩效管理的最佳实践方法。绩效蓝图供 IBM 客户免费使用，提供预配置的数据模型等来加快创造价值的速度。

这些蓝图是与行业领先企业和一些 IBM 成功客户的协作设计的，每个蓝图都是一个基于 Web 的流程，使用来自 IBM Cognos 绩效管理平台的解决方案。绩效蓝图开发人员设计这些模型和流程的目的在于，让多数公司在无需添加额外代码或寻求 IT 干预的情况下使用它们。公司也可以配置绩效蓝图来支持任何环境中对备用模型的需求并适应规划。

*零售商品分类管理蓝图*利用 IBM Cognos TM1 软件的功能来提供批量商品级规划、多维建模和数据可视化，能帮助零售商：

- 设定财务指标的假设和企业准则。
- 定义、查看和调整属性（例如，颜色、样式、供应商和材料）。
- 使用日历逻辑来调节对多年浮动节假日的需求。
- 根据历史销售记录、比较数据、概要资料和预算建模场景。
- 执行自顶向下的目标设定。
- 开发分部、渠道、部门和类别级的商品财务计划。
- 为基本商品、季节性商品和“波动商品”创造灵活的销售季。
- 执行自底向上的商品级规划。
- 理解差异并在自顶向下和自底向上计划上达成一致。

- 生成战略库存计划，管理库存水平和关键指标。
- 使用“沙箱”功能开发多个版本和假设场景。
- 使用报表和分析，对照计划管理绩效。

	Gross Sales	Returns	Returns %	Promotions	Promotions %	Promotion A	Promotion A %	Promotion B	Promotion B %
Total Products	20,534,734	1,232,084	6.0%	3,285,557	16.0%	1,232,084	6.0%	2,053,473	10.0%
Hardlines	11,393,263	692,053	6.1%	1,822,922	16.0%	683,596	6.0%	1,139,326	10.0%
Softlines	9,141,471	540,031	5.9%	1,462,635	16.0%	548,488	6.0%	914,147	10.0%
MEHS OUTERWEAR	5,704,840	337,300	5.9%	912,774	16.0%	342,290	6.0%	570,484	10.0%
Mens	5,704,840	337,300	5.9%	912,774	16.0%	342,290	6.0%	570,484	10.0%
Womens	3,436,631	202,732	5.9%	549,861	16.0%	206,198	6.0%	343,663	10.0%
WOMENS OUTERWEAR	3,436,631	202,732	5.9%	549,861	16.0%	206,198	6.0%	343,663	10.0%

图2. 按星期和类别查看财务计划

蓝图的工作方式

商品的选择和管理一直以来都是一种权衡行为，均从一个好计划开始。可能需要提前几个月规划库存采购。同时，供应商的产能和客户偏好在不断发生变化。零售商需要有良好的洞察力来理解绩效，预测和准确地规划需求，识别新兴趋势并立即采取行动应对这些市场趋势。连锁商也需要灵活地将新产品快速引入其商品分类中并调整计划，确保促销产品在需要时转移到库存中。

零售商可使用该蓝图完成商品财务规划和商品集规划，并开发连锁店、分部或渠道级的自顶向下目标，以供自顶向下的财务计划和自底向上的商品计划使用。

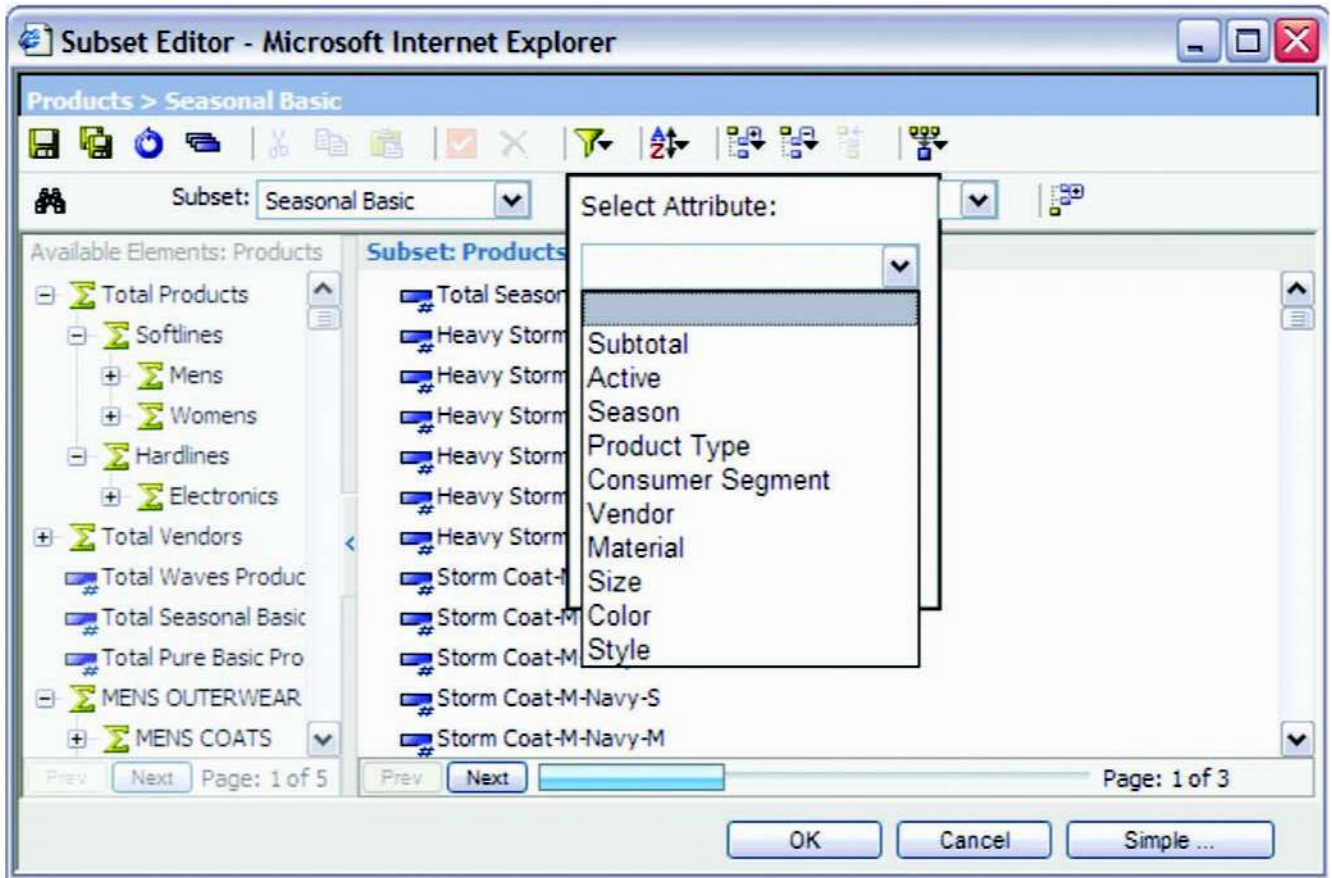


图3. 按属性筛选以获取不同的计划视图

商家可以使用该蓝图设置和查看假设（图3），确保他们达到企业的关键指标目标，这些关键指标包括销售额、库存、降价、收入、周转率和GM ROI。他们可以查看、定义或调整属性，比如颜色、大小、供应商、材料，并根据这些维度计划、筛选和分析商品。他们可以查看过去的绩效并建模场景，以实时了解业务决策的影响。他们可以基于目标按部门或类别开发自顶向下的商品财务计划。他们可以使用基本商品和季节性商品的预设或自定义概要信息创建自底向上的商品级计划。他们可以为客户购物旺季或促销商品的“波动季节”或较短的销售季做同样的计划。预定义的季节性概要信息专供零售商使用，且零售商能够轻松创建自定义概要信息（图4）来为商品规划销售模式。

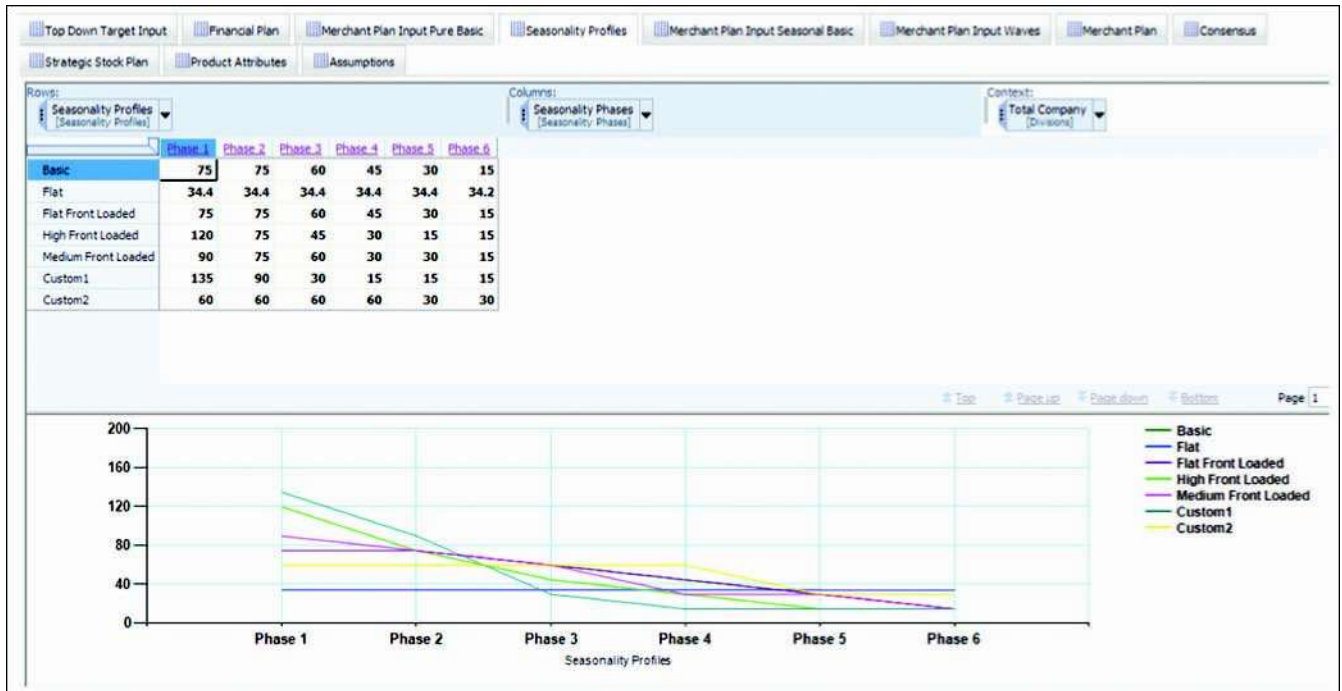


图4.查看季节性概要信息和操作自定义概要信息

协调这些自顶向下与自底向上的计划对于许多零售商来说都是一种挑战，而该蓝图为他们提供了一种达成一致的方法（图5），从而确保计划同步执行。协调好计划之后，战略库存计划管理库存水平和关键指标。然后连锁商能够分析销售信息、对比结果，根据需要计划和重新预测，以满足客户需求和市场条件。

	Top Down Target	Merchant Forecast	Variance	% of Plan
Gross Sales	1408606.25	1361345.56	-47260.69	96.6%
Returns	83604.44	68053.18	-15551.27	81.4%
Promotions	225377.00	192954.23	-32422.77	85.6%
Promotion A	84516.38	66192.68	-18323.70	78.3%
Promotion B	140860.63	126761.56	-14099.07	90.0%
Markdowns	197204.88	122521.10	-74683.77	62.1%
Markdown A	140860.63	68067.28	-72793.35	48.3%
Markdown B	56344.25	54453.82	-1890.43	96.6%
Net Sales	902419.93	977817.05	75397.12	108.4%
COGS	591614.63	612605.50	20990.88	103.5%
Gross Margin	310805.31	365211.54	54406.24	117.5%
Shrinkage	27125.86	26858.29	-267.57	99.0%
Supply Chain Costs	168976.02	68067.28	-100908.74	40.3%
Distribution	140966.93	40840.37	-100126.57	29.0%
Delivery	28009.09	27226.91	-782.17	97.2%
Gross Profit	114703.42	270285.98	155582.55	235.6%

图 5. 达成一致可以协调目标与自底向上计划

此外，该蓝图提供了下面几种易于使用、灵活的功能来帮助零售商制定更准确的计划：

- 按层次结构、属性、尺寸、子集（例如，绩效最高和最低的商品、颜色等）查看计划的多个视图，从而规划和查看产品（图 5）。
- 即时了解计划变化的财务和运营影响，以更好地制定决策。
- 支持多个版本和假设分析场景（沙箱），这样连锁商对最好和最坏的用例场景就有了应变计划。
- 总体工作流和状态可见性。
- 多用户接口：Web、Microsoft® Excel、PDF。
- 数据可视化和分析。

蓝图优势

零售商品分类管理蓝图可帮您突破电子表格、千篇一律的 ERP 系统或需要大量技术支持的自定义应用的限制，为您提供必要的可见性来：

- 开发一种与众不同的商品分类。
- 制定智慧的交易策略并保护利润。
- 理解趋势并快速响应变化的市场因素。
- 建模场景并理解业务决策的财务影响。
- 控制库存水平并最大化库存投资。

结束语

加速的消费者趋势变化、不断变化的市场条件和增多的消费者购买选择，为零售商在尝试应对新的市场状况并优化绩效时带来了更多挑战。连锁商已经在店铺、商品推销、供应链和支持性软件应用上投资了上百万美元，以帮助他们提高客户服务水平并提供一个与众不同的商品分类。这种方法提高了效率、集中了数据的存储和收集，且精简了关键流程。然而对于他们生成的大量数据，这些系统没有交付满足不断变化的客户需求所需的可见性。

零售商品分类管理蓝图为您提供了卓越的洞察能力，使您能够开发更好的商品计划，实时知悉您的进展，以及快速做出调整，同时保护利润、提高销量，并以独特的商品满足客户需求。

关于 IBM Cognos 绩效管理创新中心

IBM Cognos 创新中心成立于北美洲和欧洲，旨在促进对可靠规划和绩效管理方法、技术和实践的理解。创新中心致力于将日常绩效管理实践转化为“后续实践”，以帮助削减成本、精简流程、提高生产力、实现对机会的快速响应，并改善管理可见性。

在全球配备规划、技术、绩效和战略管理专家，创新中心与 600 多名 IBM Cognos 客户、学者、业界领袖以及其他专业人才联手，力求加速采用、降低风险，并最大化技术支持绩效管理实践的效用。

关于 IBM Cognos BI 和绩效管理：

IBM Cognos 商业智能 (BI) 和绩效管理解决方案提供世界领先的企业规划、整合与 BI 软件、支持和服务，帮助企业规划、理解和管理财务与运营绩效。IBM Cognos 解决方案将技术、分析应用、最佳实践以及广泛的合作伙伴网络紧密结合在一起，为客户提供一个开放、自适应且完善的绩效解决方案。在全球超过 135 个国家（地区）中，有 23,000 余家客户选择了 IBM Cognos 解决方案。

如需了解更多信息或要联系销售代表，请访问：www.ibm.com/cognos。

要求回电

希望 IBM 回电或者询问问题，请访问 www.ibm.com/cognos/contactus。IBM Cognos 销售代表将在 2 个工作日内回复您的问题。



© Copyright IBM Corporation 2010

IBM Canada
3755 Riverside Drive
Ottawa, ON, Canada K1G 4K9

在加拿大印刷
2010 年 1 月
保留所有权利。

IBM 和 IBM 徽标是国际商业机器公司在美国和/或其他国家（地区）的商标。

要查看 IBM 商标的完整列表，请访问 www.ibm.com/legal/copytrade.shtml。Microsoft、Windows、Windows NT 和 Windows 徽标是 Microsoft 公司在美国和/或其他国家的商标。

其他公司、产品或服务名称可能是其他公司的商标或服务标志。

本出版物中对 IBM 产品或服务的引用，不代表它们可用于所有 IBM 运营的国家或地区。

本信息中对非 IBM 网站的引用仅出于方便考虑，不能以任何方式看作对这些网站的认可。这些网站上的内容不是本 IBM 产品资源的一部分，使用这些网站时风险自负。

IBM Cognos
创新中心
绩效管理

IML14226-CAEN-00