

# IBM Smarter Commerce & Enterprise Marketing Management

Što razlikuje uspješne?

Krešo Perica  
Global Business Services  
BSP Leader CEE

## Agenda

- Što se dogodilo s korisnicima?
- A što o tome misle CEOovi?
- Kako na to gleda IBM i kako Vam može pomoći?
  
- A sada konkretno !

## Ušli smo u novo doba zahtjevnog i “osnaženog” korisnika, što zauvijek mijenja odnose koje imaju prema tvrtkama/dobavljačima

- Korisnici imaju neograničen pristup informacijama i mogu ih **trenutno podijeliti** s ostatkom svijeta.

150 milijuna  
Twittova svaki dan  
...

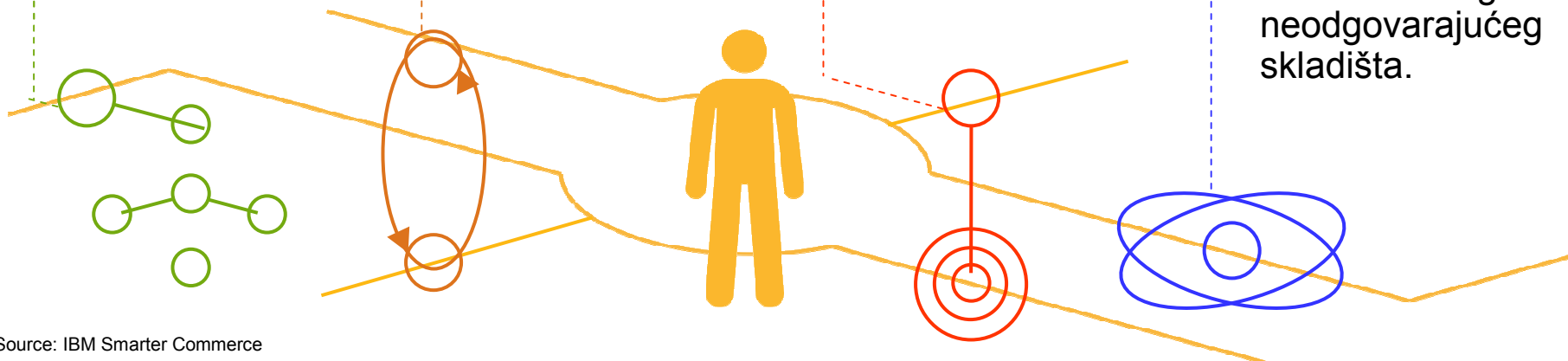
- “Društveno umrežavanje i mobilna trgovina” dramatično su promijenili **dinamiku odnosa između kupaca i prodavača**.

- **Korisnička očekivanja** vezana za kvalitetu proizvoda/usluge i cijenu su “nevjerovatna”.

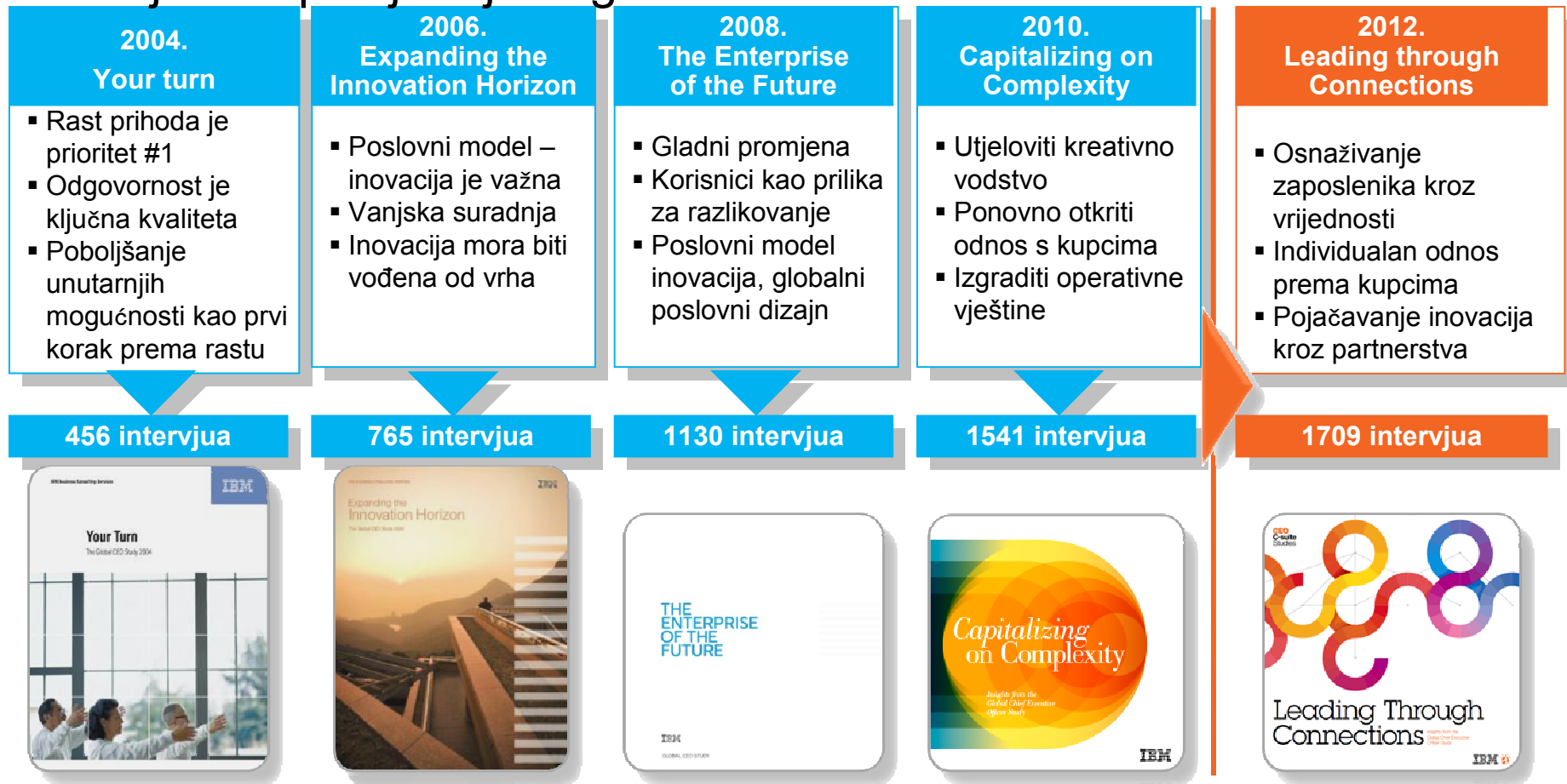
75% ljudi ne vjeruje klasičnim reklamama.

- To mijenja način kako se proizvodi i usluge mogu nabavljati i distribuirati – čineći poslovanje **kompleksnijim nego ikad**.

\$93 milijarde prodaje godišnje se ne uspije realizirati zbog neodgovarajućeg skladišta.

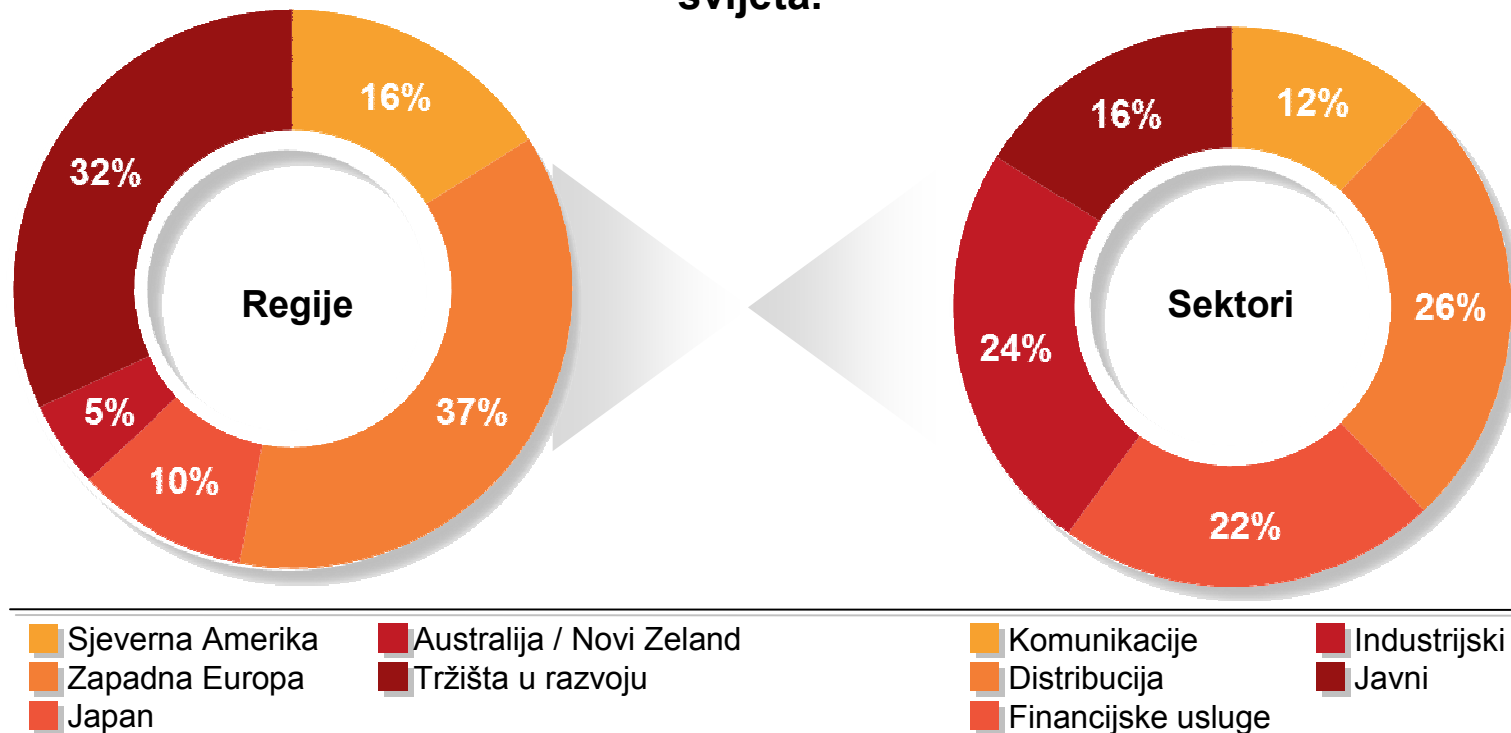


IBM-ovo globalno istraživanje “CEO Study 2012” je peto po redu dvogodišnje istraživanje provedeno među izvršnim direktorima širom svijeta te se nadovezuje na naša saznanja i spoznaje do kojih smo došli tijekom posljednjih 8 godina.



Najveći broj ispitanika do sada – intervjuirano je više od 1,700 izvršnih direktora s prosječnim mandatom od 6 godina.

U istraživanje su bile uključene organizacije iz 18 industrija i 64 zemlje širom svijeta.



Usporedili smo odgovore predstavnika uspješnih i manje uspješnih organizacija te smo izdvojili ključne razlike.

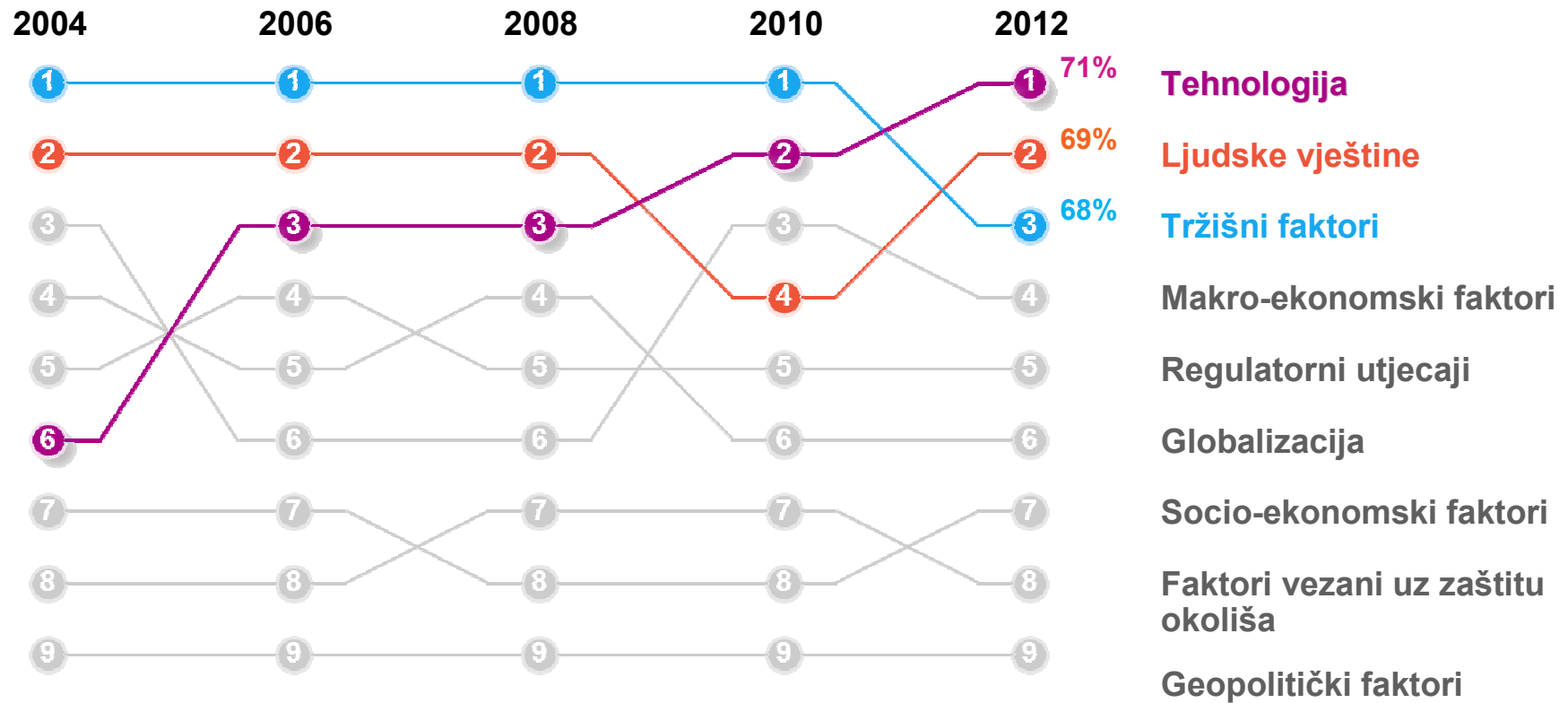


### Poseban fokus na učinkovite organizacije

- **Ne postoji ključna razlika između uspješnih i manje uspješnih organizacija u 82% testiranih karakteristika**
  - Iako predstavnici učinkovitih i manje učinkovitih organizacija često imaju iste odgovore, predstavnici učinkovitih organizacija superiorniji su u provođenju onoga što govore
  - U ovom istraživanju usredotočili smo se na zajedničke faktore učinkovitosti, a naglasak smo stavili na najznačajnije razlike između uspješnih i manje uspješnih organizacija

Po prvi put, izvršni direktori identificirali su tehnologiju kao najvažniji vanjski faktor koji utječe na njihove organizacije.

### Vanjski faktori koji će utjecati na organizacije



# Kako će izvršni direktori stvoriti veću ekonomsku vrijednost odnoseći se prema korisniku kao prema pojedincu?



Korisnici dijele svoja razmišljanja o tome što cijene pojedinačno te kada i kako žele interakciju

Kako bi se povezali pojedinačno, izvršni direktori planiraju promjene u interakciji na društvenim mrežama i nastavljaju druženje uživo

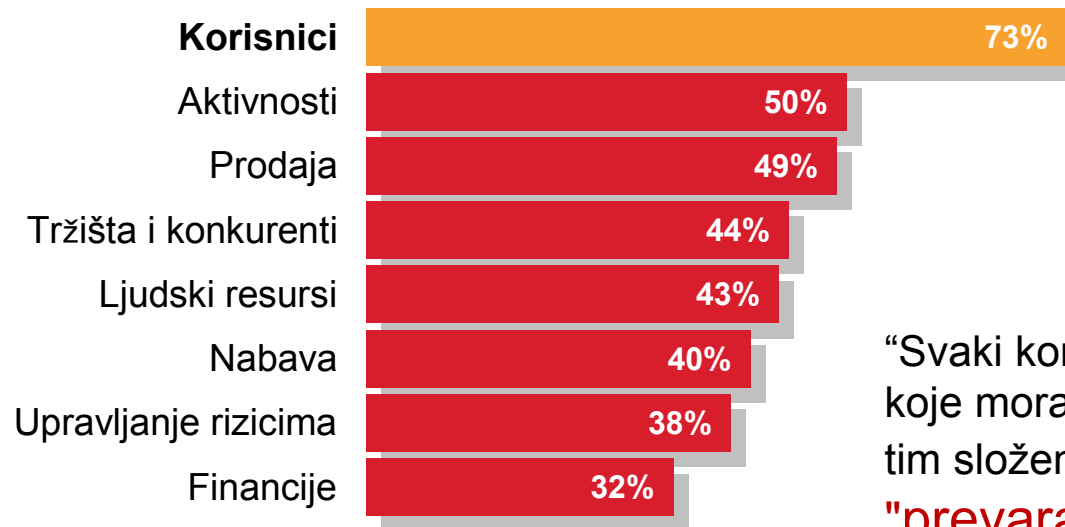


**Uspješne organizacije se razlikuju po boljem pristupu podacima, uvidu i provođenjem u djelo**



Izvršni direktori su identificirali korisnička saznanja kao najkritičnije područje ulaganja.

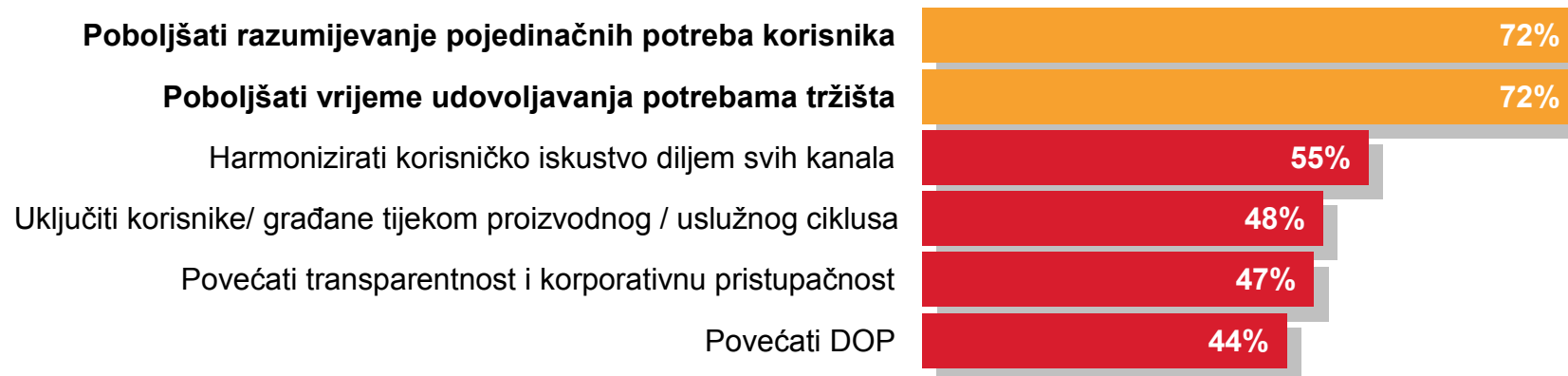
### Donošenje zaključaka na temelju informacija – Područja za poboljšanja



“Svaki korisnik ima svoje karakteristike koje moramo razumjeti. Kako bi ovladali tim složenostima **moramo biti digitalni "prevaranti"** – brzi i željni novih znanja”.  
Predsjednik, Hasnul Suhaimi, XL Axiata

## Izvršni direktori žele bolje razumjeti pojedine korisnike i odgovoriti brže

Promjene su potrebne kako bi se udovoljilo očekivanjima korisnika (3 do 5 godina)



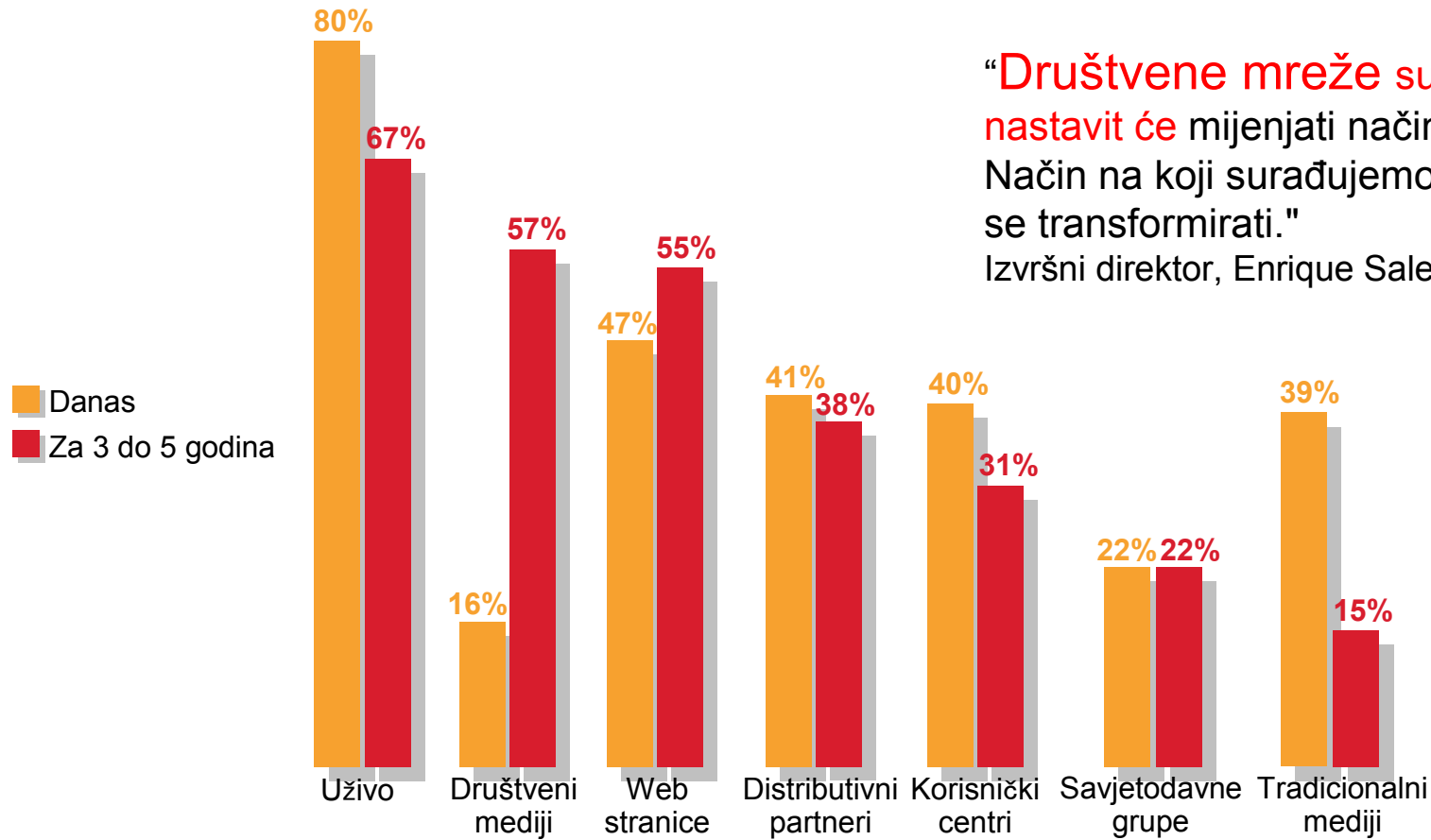
**“Poboljšano razumijevanje individualnih korisničkih potreba**

predstavlja veliku snagu. I mi u to ulažemo.”

Predsjednik industrijske proizvodnje i izvršni direktor, SAD

Kako bi se povezali pojedinačno, izvršni direktori planiraju promjene od tradicionalnih prema društvenim medijima, nastavljajući suradnju uživo.

### Mehanizmi za rad s korisnicima

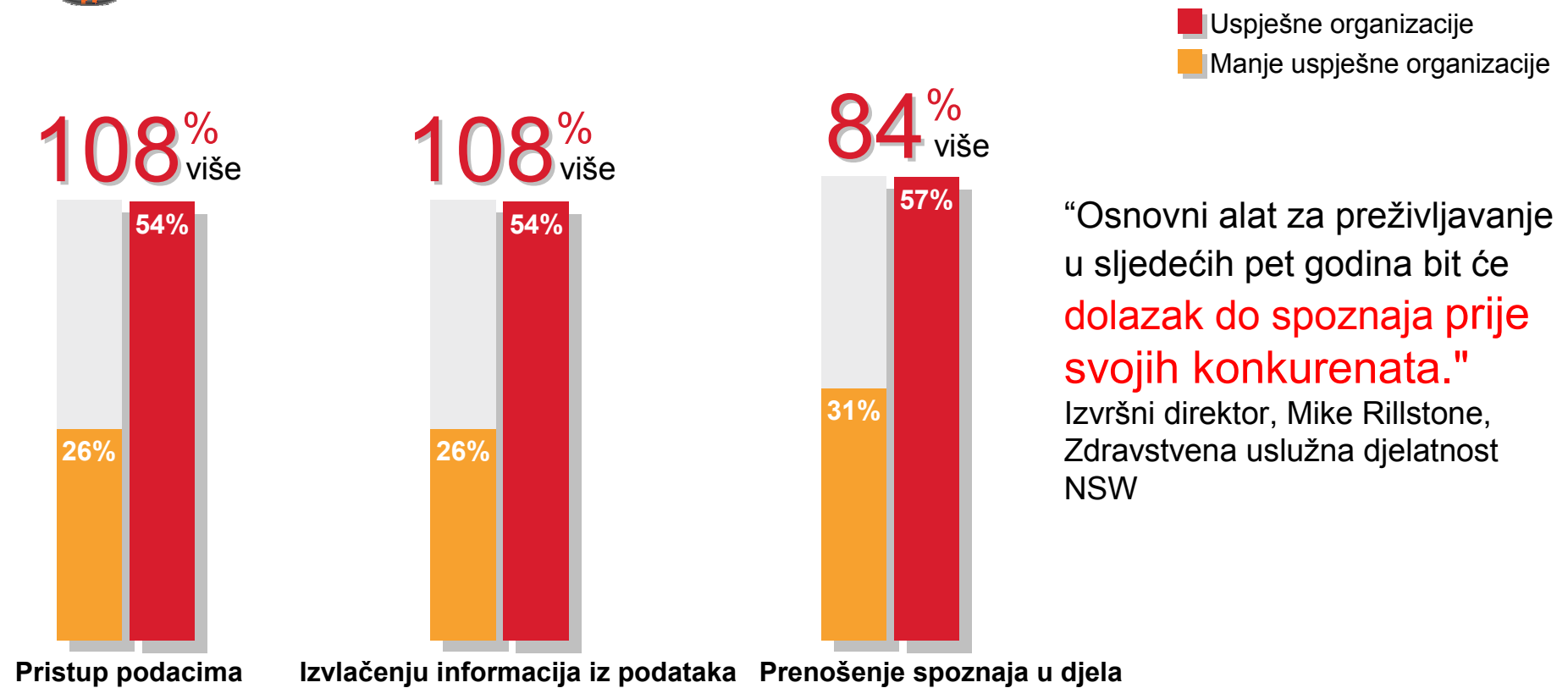


**“Društvene mreže su promijenile i nastaviti će mijenjati način poslovanja. Način na koji surađujemo s korisnicima će se transformirati.”**  
 Izvršni direktor, Enrique Salen, Symatec

Uspješne organizacije dvostruko su bolje u izvlačenju informacija iz podataka – ključ je odnos prema korisnicima kao pojedincima.



### Uspješne organizacije odlikuju tri ključne razlike



## Dakle, kako pobijediti u utrci za prikupljanjem i pretvaranjem podataka u korisničke spoznaje i djelovanja?

### 1. Neka “veliki podaci” otkriju korisnika kojega do sada niste poznavali

- Pogledajte izvana kako bi dobili potpunu sliku
- Povežite dijelove u cjelinu
- Osnažite kolege s predvidljivim analizama

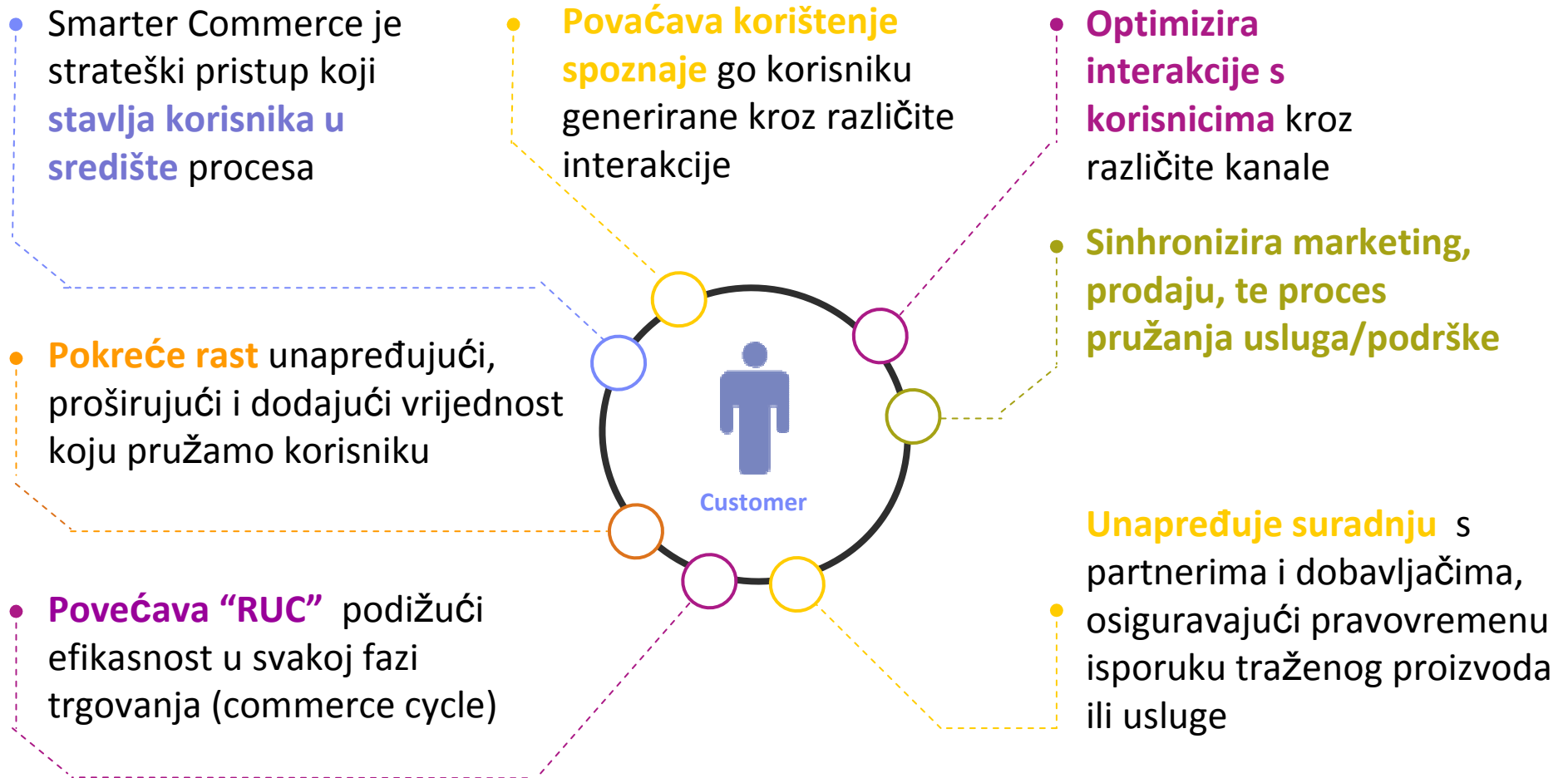
### 2. Slušajte pažljivo, odgovarajte fokusirano

- Slušajte na individualnoj razini
- Spoznajte ono što zaposlenici vide i čuju
- Odgovorite brzo i kvalitetno

### 3. Budite tamo gdje vaši korisnici očekuju da budete

- Iskoristite činjenicu da mobilnost mijenja sve
- Povežite fizički i digitalni svijet
- Ponudite vrijednost koja se ističe

## U IBMu ovaj put nazivamo “Smarter Commerce” \*\*



\*\*Smarter Commerce je integrirani portfolio poslovnih rješenja i savjetodavnih usluga, osmišljen da pomogne tvrtkama osigurati bolje i kvalitetnije odnose s kupcima i dobavljačima.

## IBM Smarter Commerce nudi širok i integriran portfolio ...

### VALUE CHAIN STRATEGY AND SERVICES

#### CORE BUSINESS SOLUTIONS

##### **BUY**

Adaptive procurement and optimized supply chain

##### **MARKET**

Targeted and personalized marketing across all channels

##### **SELL**

Seamless cross-channel customer experience

##### **SERVICE**

Anticipate behavior and deliver flawless customer service

### Smarter Analytics

### IBM SmartCloud Solutions and Smarter Computing

## Smarter Commerce: Cjelovit portfolio ...

### VALUE CHAIN STRATEGY AND SERVICES

#### CORE BUSINESS SOLUTIONS

##### BUY

Adaptive procurement and optimized supply chain

##### MARKET

Targeted and personalized marketing across all channels

##### SELL

Seamless cross-channel customer experience

##### SERVICE

Anticipate behavior and deliver flawless customer service

### Smarter Analytics

### IBM SmartCloud Solutions and Smarter Computing





# IBM nastavlja investirati i proširivati Smarter Commerce kako bi odgovorio novim zahtjevima

## VALUE CHAIN STRATEGY AND SERVICES

### CORE BUSINESS SOLUTIONS

#### Buy



- Spend Analysis
- Sourcing
- Contract Management
- Supplier Lifecycle Management
- Category Compliance Management
- Telecom Expense Management
- Services Procurement



- Transportation Management
- Supply Chain Visibility
- B2B Integration
- Supplier Portal Vendor Compliance



- ILOG Supply Chain**
- Product Optimization
  - Inventory Optimization

#### Market



- Resource Mgmt
- Campaign Mgmt
- Marketing execution
- Performance
- Analysis



- Analytics & Reporting
- Segmentation
- Search Optimization



- Price, Promotion, Product Mix Optimization
- Merchandising
- Marketing Analytics

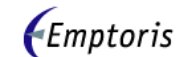


- Cross-Channel Selling
- Customer-centric Shopping Experience
- B2C/B2B Storefronts
- Precision Marketing



- Customer Experience Management**
- Quantitative and Qualitative Web Analytics

#### Sell



- Contract Management



- Order Management
- Configuration, Pricing, Quoting
- Multi-vendor catalog
- Warehouse Management
- Transportation Management
- Supply Chain Visibility
- B2B Integration



- ILOG Supply Chain**
- Network Optimization
  - Transportation Optimization

#### Service



- Delivery & service Scheduling
- Reverse Logistics



- IBM Case Manager**
- Case Design, Run-time, Analytics
  - Collaboration
  - Rules & Events



- Service messaging
- Notifications

### CUSTOMER INSIGHT SOLUTIONS



# IBM's integrated portfolio for Smarter Commerce

## VALUE CHAIN STRATEGY AND SERVICES

**Customer Experience and Market Strategy**  
Aligning sales, marketing and operations for innovation

**Customer Experience Design**  
Designing and delivering customer experience across brand touchpoints

**Operations and Supply Chain**  
Designing operations, supply chain and the organization model to deliver value

## CORE BUSINESS SOLUTIONS AND PROCESSES

### Buy

- Supplier Integration and Collaboration
- Supply Chain Management
- Accounts Payable
- Source to Contract
- Supplier Lifecycle Management

### Market

- Customer Awareness and Analytics
- Social Media Marketing
- Marketing Interaction Optimization
- Digital Marketing Optimization
- Pricing, Promotion and Product Mix Optimization

### Sell

- Cross-channel Selling
- Order Management and Fulfillment
- Customer Integration and Collaboration
- Store Solutions
- Payments and Settlements

### Service

- Delivery, Service, and Support
- Customer Self-Service
- Case Management

### Smarter Analytics

Improving customer experiences by embedding actionable insights into operational processes

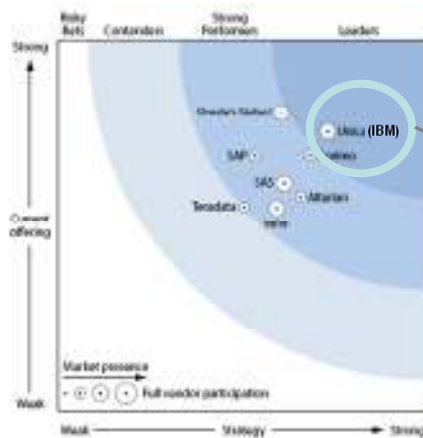
### IBM SmartCloud Solutions and Smarter Computing

Delivering agility, integration and automation to drive relevant business outcomes

# Iz perspektive software rješenja, IBM ovi Smarter Commerce proizvodi su vodeći u svijetu i pružaju najveće mogućnosti

Market

**Forrester Wave:**  
Enterprise Marketing Platform



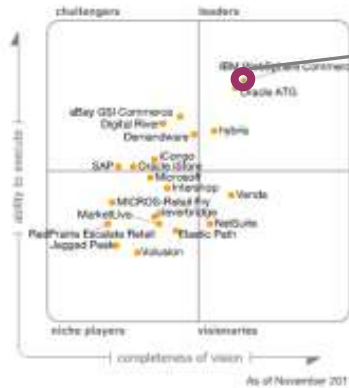
**Gartner Magic Quadrant:**  
Multichannel Campaign Management



IBM Unica®

Sell

**Gartner Magic Quadrant:**  
E-Commerce  
November 2011



IBM WebSphere®  
Commerce



IBM Sterling  
Commerce

**Forrester Wave:**  
Order Management Hubs  
Q3 2010

**Tha  
nk  
Yo  
u!**