# ÜBERBLICK ZUR DEMANDTEC RETAIL MERCHANDISING SUITE: ANWENDUNGSBREICHE, NUTZEN, REFERENZEN

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# ERFOLGREICHE HÄNDLER ERHÖHEN UMSÄTZE UND MARGEN DURCH ANALYTIK

- Cost-plus-Ansatz
- Standardsortiment
- Standardisierte (Massen) Promotionsaktionen

→

- Kundenfokus
- Analytik
- Optimierung von Merchandising

- **Online – Mobile – Social**
- **Ökonomische Rahmenbedingungen**
- **Kostensteigerung Rohmaterialien**
- **Starre Preisnachlässe als Margenkiller**
- **Gestiegener Wettbewerb**
- **Preissensitivität der Konsumenten**
- **Smarter Shopper – Hohe Erwartungen**
- **...**

Business Partner IBM

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# DER FOKUS AUF KUNDENERWARTUNGEN ERÖFFNET VORTEILE

- Nutzung von T-Log, Kundenkarten- und Marktdaten
- Kunde steht im Fokus, Merchandisingaktionen sind darauf ausgerichtet
- Segmentierung

- Key value items je Kundensegment
- Sortiment ausgerichtet auf lokale Kundenbedürfnisse
- Differenzierte Promotionsaktionen je Segment

Business Partner IBM

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# UNSERE ZUKUNFTSVISION DES HANDELS **VEREINT 3 KOMPONENTEN**

**Customer Insights als Basis der Merchandising-Aktionen**

+

**Leistungsfähige Modellierung des Konsumentenverhaltens**

+

**Integration des Ecosystems Hersteller; Abdeckung ganzheitlicher Geschäftsprozesse**

Business Partner IBM

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# DEMANDTEC BIETET RETAILERN VIELSEITIGE VORTEILE

- Erhöhung der Bruttomarge, der Erlöse und der Stückzahlen
- Verbesserung der Positionierung im Wettbewerb (z.B. Preiswahrnehmung)
- Lokal differenziertes Preismanagement, Sortiment und POS-Aktionen
- Automatisierung zeitintensiver Aktivitäten (z.B. Auswahl, gestaltung, QR Werbeflyer)
- Simulation und Ausführung taktischer Merchandising-Strategien
- Verbesserung der Zusammenarbeit mit Partnern/Herstellern
- Optimierung des Sortiments, um Bedürfnisse spezifischer Nutzergruppen zu treffen
- Erhöhung der Werbeeffektivität durch zielgerichtete Promotions
- Effiziente Kontrolle der Werbewirkung, während und nach der Durchführung

**Die Lösung wird als SaaS angeboten.**
**Sie ist skalierbar und schnell implementierbar.**

Business Partner IBM

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# VERBESSERUNGEN IN ZENTRALEN MERCHANDISING-ENTSCHEIDUNGSBEREICHEN

## PRICING UND PROMOTIONS

Bewertet Millionen von Alternativen, um profitable Entscheidungen zum Pricing und Promotions abzuleiten. Proaktive Reaktion auf verändertes Käufer- und/oder Segmentverhalten, Dynamik der Supply Chain/Einkauf etc.

## SORTIMENTSPOLITIK

Stellt sicher, dass das Produktsortiment relevant bleibt für die verschiedenen Kunden-/Zielsegmente. Maximiert die Filial-/Regalfläche je Region und Warengruppe, auf Basis spezifischer Zielstellungen.

## SHOPPER INSIGHTS

Customer insights werden mittels interaktiver Dashboards zu spezifischen Businessfragen generiert und bereitgestellt.Diese helfen, Merchandisingaktionen und -entscheidungen an die Erwartungen der Kunden auszurichten. Damit wird die Kundenbindung gestärkt.

## MARKDOWN

Leitet Entwertungspreispläne für saisonale Artikel ab. So lassen sich Preise auf Artikel- und Filialebene optimieren, entsprechend der Nachfragetrends und Zielsetzung des Fashionretailers. Damit wird die Profitabilität erhöht und/oder der Lagerbestand abgebaut.

Business Partner IBM™

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# MERCHANDISING-OPTIMIERUNG
# KENNT KEINEN STANDARD

Die gezielte Steuerung von Preisen, Promotions and Sortimenten ist notwendig, um die Kundenloyalität zu stärken und Ziele zu erreichen.

## ANALYSE

Preiselastizität, Promotionshebel
Kundenverhalten
Forecast/Prognose der Wirkung

## RELEVANTE DATEN

Transaktionen (T-Log)
Kundenkarten
Wettbewerb
Werbeaktionen

## ENTSCHEIDUNG

Best prices, promotions and product mix based on algorithms, goals, and constraints

## GESTALTEN

Businessplanung; Flyer; Preise, Promotions und Sortimente an POS-Systeme

## KOORDINATION & MANAGEMENT

Koordination und Abstimmung;
Zusammenarbeit mit allen Abteilungen
und mit externen Geschäftspartnern

Business Partner IBM

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# DER ERREICHTE MEHRWERT DER LÖSUNG IST EMPIRISCH BELEGT

Optimierung auf Basis von Nachfrager-modellierung (Analytik)

Verlässliche Prognosen unterstützen die Entscheidungs-findung (Basis: Preiselastizität)

Preis, Promotion und Sortiment können bis auf Artikel- und Filialebene gelenkt werden

Automatisierung
Geschwindigkeit
Industrialisierung
Konsistenz

| DemandTec Retail Module | Everyday Price Management | Promotion Planning & Optimierung | Markdown | Sortiments-optimierung |
|---|---|---|---|---|
| Steigerung Umsatzerlöse | 1 – 3% | 1 – 12% | 5+% | 1 – 4% |
| Steigerung Bruttomarge | 2 – 5% | 5 – 20% | 10+% | 2 – 4% |
| Steigerung Mengen | 0 – 1% | 1 – 9% | N/A | 1 – 3% |

Business Lösung für Retail // 35 Patente, hohe Investition in F&E // SaaS // ...

Business Partner IBM

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# DEMANDTEC BIETET EINE BEWÄHRTE LÖSUNG MIT KLAREN USP'S ZU ERP

## ERP-LÖSUNGEN FÜR DEN HANDEL

### MISSION: RUN YOUR BUSINESS

- Monitoring aller Geschäftsvorfälle und -prozesse von Händlern/Grosshändlern. Erfasst, dokumentiert und steuert Waren- und Finanzflüsse, Lagerbestände, Kosten etc., vom Einkauf bis zum Verkauf der Waren
- Anwendungsbereiche: Plannung, Supply Chain, Logistik, Billing, Kostenrechnung.
- Standard ERP-Lösung, die an den Handel angepasst wurden.

## MERCHANDISING-OPTIMIERUNG FÜR HÄNDLER

### MISSION: OPTIMIZE YOUR MERCHANDISING

- Nutzung von TLog-Daten und Consumer Demand Science, um Konsumentenverhalten in profitable Preis-, Sortiments- und Promotionsaktionen zu überführen
- Berücksichtigt Retail-Spezifika (substituive vs. komplementäre Nachfrage, Kanibalisierung, Nachfragetransfer, Preiselastizität, POS etc.)
- Adressiert Fachanwender im Handel: Einkauf, Category Management, Pricing Manager, Marketing etc.

Business Partner IBM™

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING

# DEMANDTEC IST GELEBTE HANDELSEXPERTISE: 14 X 4 RELEASES VORSPRUNG

**WELTWEIT 100+HÄNDLER**

**ALLE SORTIMENTE (LEBENSMITTEL, MODE, ELEKTRONIK, BAUMARKT ETC.)**

**55.000 FILIALEN**

**500 MRD $ REVENUE UNDER MANAGEMENT**

Business Partner IBM

POINTOFORIGIN
PARTNERS IN MARKETING