



Promotion Management for Retail 7.1 (PMR)







Robert Radtke
Consultant
Consenso Consulting

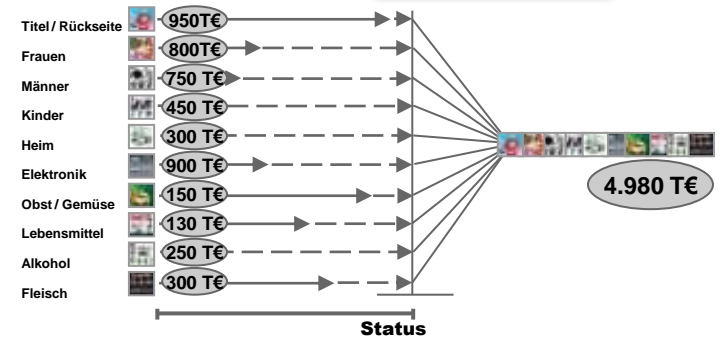
Volker Scheffer
Chief Programm Director
SAP Deutschland



Anforderungen an werbetreibende Unternehmen



- 
Multi-Channel Aktivitäten
 Internet
 Kataloge, Flyer, Banner am POS, Radio, TV ,
 Display ...
- 
Zielgruppenspezifische Werbung
 Artikel und Angebote für Märkte und / oder
 Regionen
 Markt-, Länderspezifikas
- 
Identifizierung der richtigen Promotion
- 
Publikation mehrerer Versionen
- 
Prozess – Integration
- 
Anwender - Integration



Facheinkäufer

Werbever-
antwortliche

Lieferanten

weitere Mit-
arbeiter

Werbe-
agenturen

Promotion Management for Retail

...ist ein wichtiger Prozess des Handels



Ermöglicht schnell gute Entscheidungen und unterstützt den Einkäufer bei der Ausführung einer Promotion inklusive der Forderungen eines Handelsunternehmens.



Merchandise Lifecycle

- Merchandise & Assortment Planning
- SAP Price Optimization
- SAP Promotion Optimization
- ***SAP Promotion Management for Retail***
- SAP Markdown Optimization

Shopper Insight

- ***SAP Demand Forecasting for Retail***

Promotion Management for Retail 7.1

Herausforderungen

Aufbau von PMR

Highlights & Nutzen

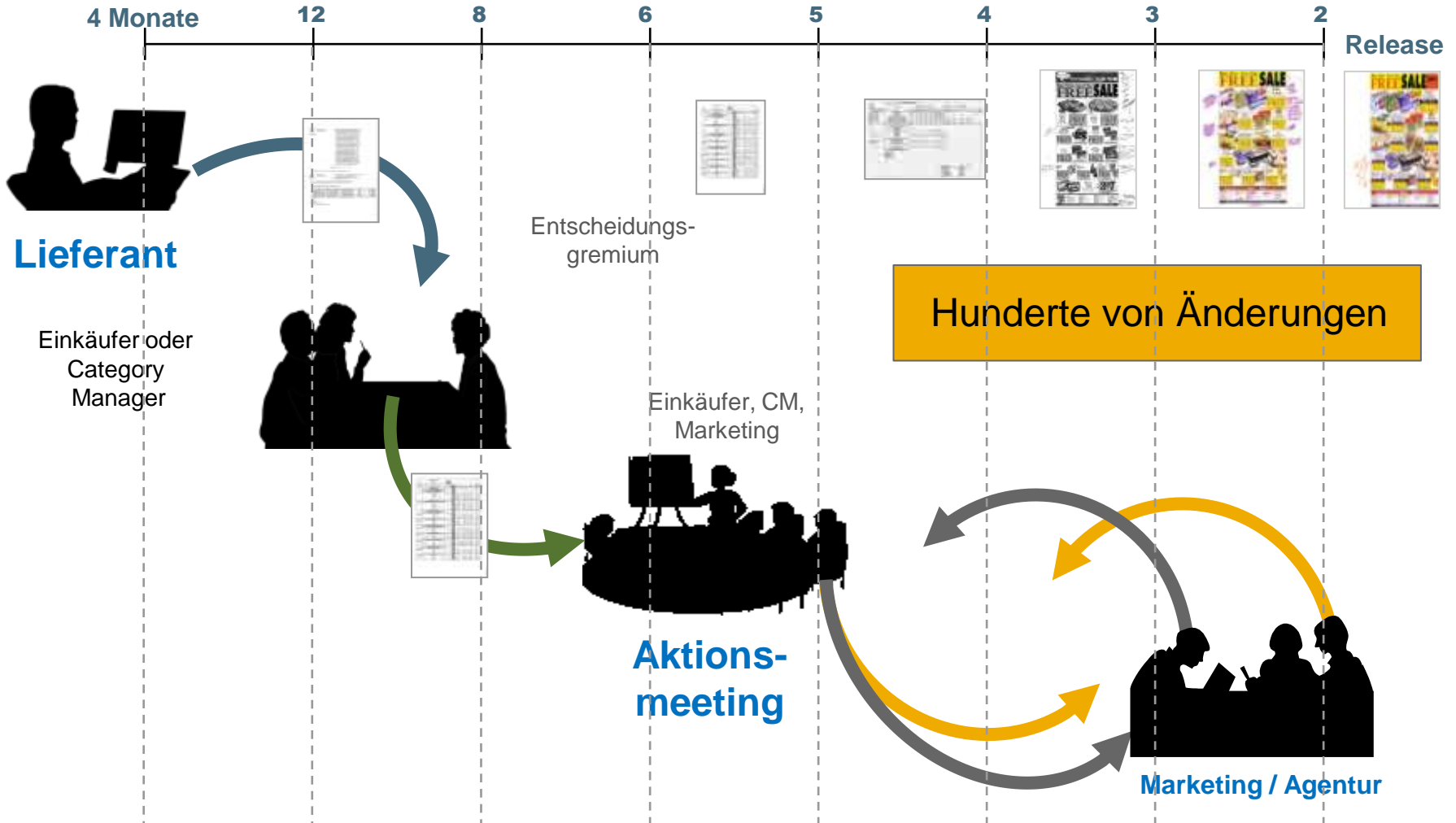


Traditioneller Werbegestaltungs-Prozess



Langfristige
Planung 52 Wo.- 26 Wo.

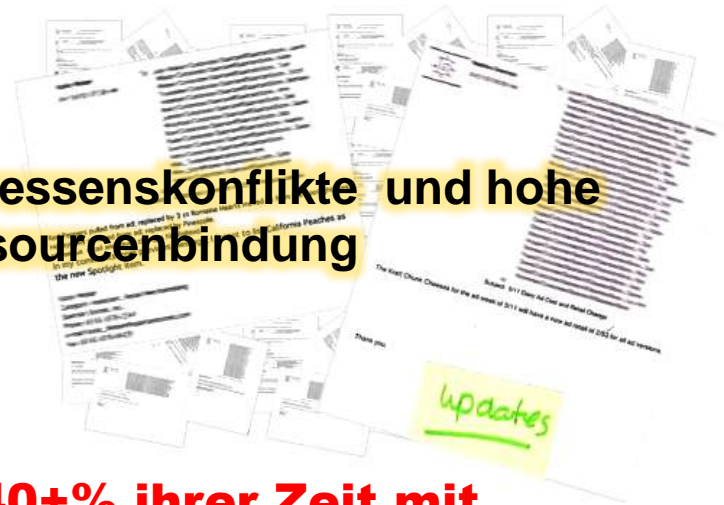
Wochen



Herausforderungen im Werbegestaltungsprozess



Auswahl der Werbeprodukte oft informeller Prozess



Interessenskonflikte und hohe Ressourcenbindung

Einkäufer verbringen 40+% ihrer Zeit mit operativen Aufgaben im Aktionsprozess



Informations- & Medienbrüche zwischen den involvierten Abteilungen



Hoher Abstimmungsbedarf bei zu vielen Detailfragen

Promotion Management for Retail 7.1

Herausforderungen

Aufbau von PMR

Highlights & Nutzen



SAP Promotion Management

Übersicht



SAP Promotion Management for Retail: Lösungskomponenten

Vorlagen Management

Bereich und Block Templates

Stammdaten & Analysen

Produkt Gruppe
Artikel 1
Artikel 2
Artikel 3

Betriebs Gruppe
Filiale 1
Filiale 2
Filiale 3

Attribute

Description	
Attribute	
Attribute	
Attribute	
Attribute	
Attribute	
Attribute	
Attribute	

Lieferbeziehungen

Promotionsdatenbank

Export

- ECC & BI Integration
- POS Pricing
- DTP File Export

Angebotsplanung

Werbeartikel Planung
Simulation & Analyse

Prognose

Planung

Anlage Kampagnen/Events Templates zuordnen

Zuordnen von Flächen/Block Information

Angebotsvorschau

Angebotszuordnung zum Event

Event Plan

Kennzahlen-Zuordnung Berechtigungen

Attributszuordnung

Freigabe Iterationen Korrekturen

Werbebegestaltungsprozess - Beschreibungen



Angebot

Eine Finanz-und Inhaltssammlung für ein Produkt, Produktgruppe oder einer Warenkategorie; dargestellt für den Verbraucher in einer bestimmten Filiale oder Filialgruppe zu einer bestimmten Zeit



Bereich

(Sammlung von Angeboten) Dies kann zum Beispiel einer Seite entsprechen (oder Internetseite, E-Mail Seite e.t.c....)



Aktion

(Sammlung von Bereichen) Dies kann zum Beispiel ein Flyer, Handzettel, Poster Display, E-Mail oder weiteres sein



Kampagne

(Sammlung von Aktionen) Via Paper, TV, Radio, WEB etc.



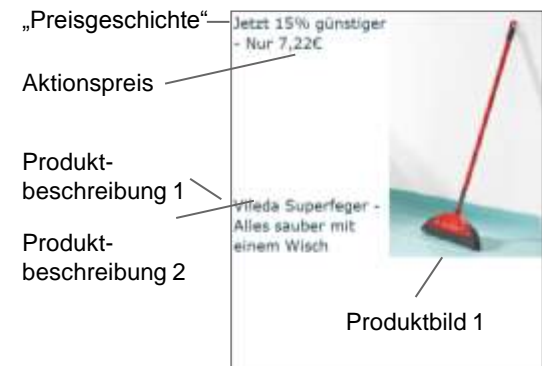
Lokation

Filiale, Geschäft, Web, etc.



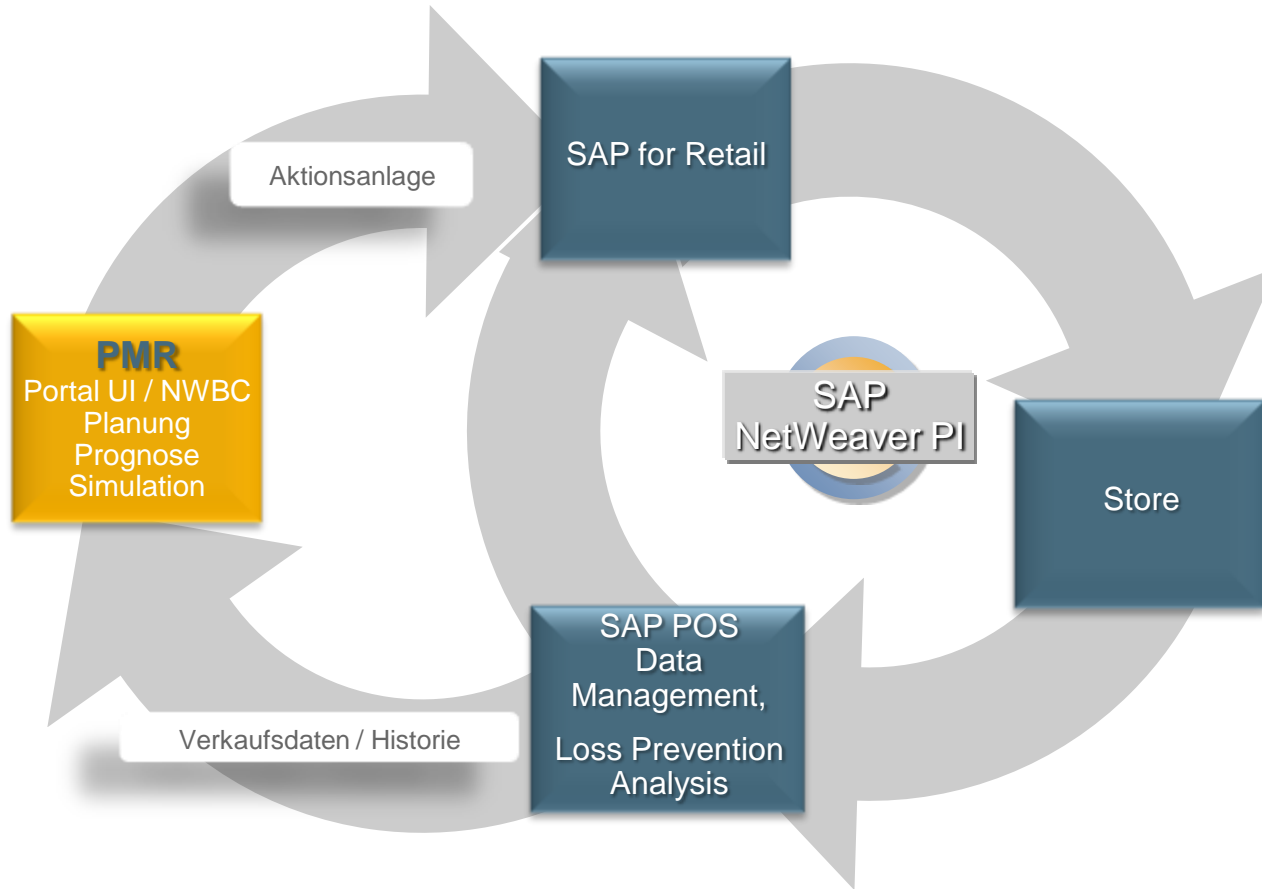
Lokationshierarchie

(Gruppe von Filialen, Geschäften, etc.)



Mögliche Inhalte welche zur Verfügung stehen

SAP PMR Integration



Promotion Management for Retail 7.1

Herausforderungen

Aufbau von PMR

Highlights & Nutzen



Highlights



Ziel:

Verbindung zu SAP-Anwendungen und Systemen von Drittanbietern

Prozess:

- Durchgängiges Objekt der Werbeaktion über viele Systeme hinweg
- Zielgerichtete und einmalige Pflege des Contents, Produktinformationen aus verschiedenen Quellen sind aggregiert
- Schnittstelle für Kassendaten aus POS DM
- Integrierte Schnittstelle zu DTP's für Print & Display
- Voreingestellte Auswertungen über SAP BI

Ergebnis:

Nahtlos integrierter Prozess und Zusammenarbeit mit allen Komponenten im Retail-Umfeld





Highlights

Ziel:

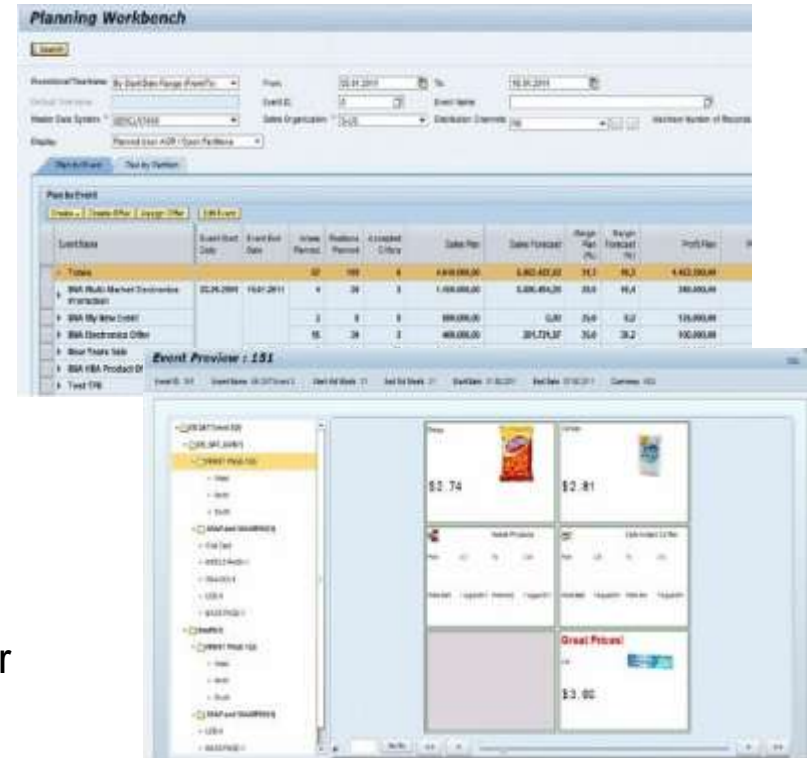
Effektivität und Profitabilität von Werbeaktionen erhöhen, durch das Verbinden von Aktionsplanung und –durchführung.

Prozess:

- Bereitstellen von Aktions-Vorlagen mit Vorschaufunktion für Aktionen und Angebote
- Informations- & Medienbrüche werden vermieden, Abstimmungsbedarf reduziert
- Variable Marktversionen erstellen, nach Regionen, Daten oder Produktvorlieben
- Aggregation des finanziellen Erfolgs vergangener Aktionen

Ergebnis:

Performance und Stringenz in der Werbegestaltung wird erheblich erhöht



Highlights



Ziel:

Voraussagen mit welchem Erfolg zukünftige Aktionen vonstatten gehen werden.

Prozess:

- Anwendung einer wissenschaftlichen Methode um Nachfrage zu messen und vorauszusagen
- „Demand Science“ wandelt historische Nachfragedaten um, in Nachfragemodelle zur Prognose und Optimierung
- Berücksichtigung von Lieferantenvergütungen auf Aktionserfolg
- Einbeziehen unterschiedlichster Einflussfaktoren wie Kaufanreize, Preise, Saison, Ferien, Verfügbarkeit etc.

Ergebnis:

Intelligente Aktionsplanung mit erhöhtem finanziellen Erfolg.





"The modeling platform from SAP met our expectations, which are above industry average in terms of model fits, data representation and diagnostics"

Amjad Malik

Vice President Business Analytics

The Kellogg's Company





Vielen Dank !

Robert Radtke

Consultant Trade

T +49 89-3266-733-100

M +49 173-2845 878

E robert.radtke@consenso-consulting.de

Volker Scheffer

Chief Program Manager Retail, Wholesale and Trade
SAP Consulting

T +49 6227-7-44943

M +49 170 2200 115

E volker.scheffer@sap.com



Consenso Consulting
Parkring 2
D-85748 Garching bei München



SAP Deutschland AG&Co.KG
Hasso-Plattner-Ring 7
D-69190 Walldorf