



ТОРГОВЛЯ

Перспективы автоматизация отрасли

Владимир Водянов, Microsoft Россия



Microsoft Dynamics

Microsoft Dynamics для торговли



- Управление ассортиментом
- Управление товарными потоками
- Поддержка взаимодействия с поставщиками
- Управление доставкой
- Инструменты ценообразования
- Средства повышения лояльности покупателей
- Оптовые продажи
- Сводное планирование

Дистрибуция и розница

Выполнение
заказов

Прогнозирование
продаж

Однородность
информации



Дистрибуция и розница

**Ввод и
распределение
заказов**

Табличное
планирование

Ручной ввод
данных

Автоматизация
планирование

Взаимодействие
финансов и
логистики

**Планирование
спроса,
«бережливое
производство»**

Обмен
информацией

Взаимодействие
продаж,
дистрибуции и
производства

**Сотрудничество с
партнерами,
управление
эффективностью**

Полная
интеграция

Продажи,
дистрибуция,
производство,
разработка

Мало услуг при
высоких затратах

Лучше сервис,
ниже затраты

Выполнение заказов

Полная
интеграция

Продажи,
дистрибуция,
производство,
разработка

- Прежде чем разместить заказ, клиенты требуют очень много информации
- Клиенты хотят, чтобы им было легко вводить, контролировать и изменять заказы
- Клиентам нравятся, когда они могут обращаться в по поводу размещения заказа, оплаты товара, производства продукции и отгрузки в одну и ту же службу

 AMR Research

Изучив около 300 производителей, агентство AMR выяснило, что приняв меры к улучшению работы службы заказов эти компании существенно улучшили свое финансовое состояние.

Прогнозирование продаж

Чем точнее прогнозирование,
тем лучше финансовые показатели

Полная
интеграция

Продажи,
дистрибуция,
производство,
разработка

Ориентация
на спрос

Чем выше
ориентация на
спрос, тем точнее
прогнозирование

Источник: AMR Research

Прогноз
спроса

5%

Повышение
точности
прогноза

Выполнение
заказов

10%

Повышение
качества
выполнения
заказов

Прибыль
на акцию

Рост на
0,5 долл.

Возврат
на активы

Рост на 5%

Маржа
прибыли

Microsoft Dynamics

Однородность информации

- Поставщики и заказчики — партнеры
- Все участники торговой цепи в равной степени заинтересованы в эффективности разработки продукции, прохождения заказов и выполнения перевозок
- Заказчики и посредники предъявляют поставщикам обоснованные требования
- Поставщики понимают требования заказчиков и стремятся к их выполнению
- В распоряжении всех участников торговой цепи — актуальные и адекватные данные

Полная
интеграция

Продажи,
дистрибуция,
производство,
разработка



Industry Week

*«Выгоднее наладить сотрудничество с поставщиком,
чем просто требовать от него новых скидок».*

Джейми Бонини, руководитель компании—поставщика аксессуаров для Toyota





Microsoft Dynamics®