



DM 海报选品工具

一个网页版促销海报选品工具

DM 海报选品工具适用于拥有多层复杂品类矩阵或重量级产品线的零售商，可帮助梳理品类重要性，或直接导出促销商品推荐清单。

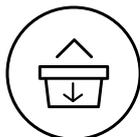
适用对象：零售商的贸易计划部、大类采购部，不同业务线和区域公司的贸易计划部、高级管理层



快速准确的促销
选品清单



标准化促销选品
管理流程



产品高流转低库存



平均促销效率提
升超过 10%

什么是 DM 海报选品工具?

海报选品工具是一个网页版自动化促销品类规划及产品选品工具，适用于零售商的品类管理和产品促销计划团队，可以用来快速生成动态的促销推荐清单，相比人工判断、手动筛选、报表归档能够大幅提高准确率和工作效率。根据在全国某家大型零售商的试点，海报选品工具不仅优化了促销选品流程，同时很大程度上拉动销售额，在竞争激烈的市场环境中提供一个灵活高效的增加收入的方法。

DM 海报选品工具的 3 个要素：

- 1 深度定制化** - 根据零售商自身的大数据基础和分析需求，结合邓韩贝的方法论与数据分析支持，从品类到商品逐层细化指导、优化 DM 海报选品质量，灵活提供符合不同需求的 DM 海报推荐方案。
- 2 选品指标化** - 为零售商提供整体统一标准化的 DM 海报选品指标，更好地提升整个市场区域 DM 海报商品的协调确认，同时控制市场各区域差异化保持在合理水平之内，满足不同区域顾客的需求。
- 3 报告动态化** - 根据零售商的档期数据自动滚动时间轴回顾对比历史数据，解读顾客真实需求，将与顾客沟通的本质回归到在合适的时间将对的商品推荐给对的顾客，以此安排选品以及档期，更好地提升顾客的满意度以及整体购物篮花费。

DM 海报选品工具的核心理念

“以顾客为中心”是打造 DM 海报选品工具的起点，在当前的行业趋势下，能够赢得消费者内心的零售商才能为自己赢得销售额和市场份额的增长，因此为零售商及其顾客实现“双赢”是 DM 海报选品工具核心理念，即零售商在使用工具后，既要产生较高的销售提升，又要营造对顾客有吸引力的购物体验。



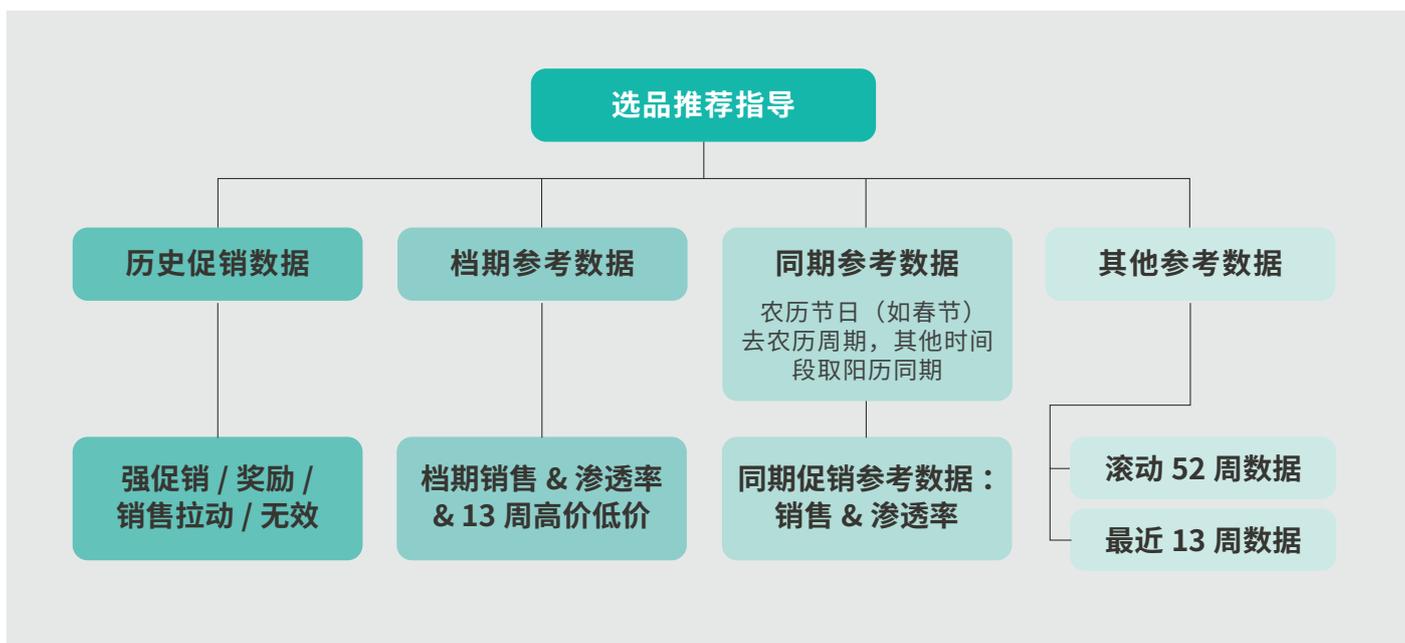
DM 海报选品工具可以回答哪些问题?

- 如何根据不同档期的历史促销表现，推荐适合不同促销类型的最优品类，制定单品候选清单?
- 如何进行 DM 海报选品和促销选品资源的最优化?
- 如何通过分析销售数据筛选关键品类，从而聚焦重点品类，更好地进行促销品类规划?
- 如何根据历史数据迅速对 DM 海报页面规划和选品做出科学诊断?
- 如何在档期结束后根据实际促销执行表现进行评估总结，并进行持续跟踪?

DM 海报选品工具如何帮助到您？

① 大数据多维度指导选品

结合邓韩贝的多维度数据分析模型和方法论分析顾客自身属性及交易记录来解读其真实需求，根据历史表现数据，通过品类基础指标、品类季节性和趋势性指标把握不同档期的重点基础性品类、强季节性品类和强增长趋势品类的销售机会，将顾客沟通的本质回归到在合适的时间将对的商品推荐给对的顾客，以此优化 DM 海报各档期选品安排。



② 统一标准化带来更高效决策

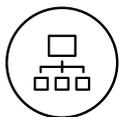
将零售商总部、各区以及各地的 DM 海报选品统一标准化，提升整个市场区域内 DM 商品的协调确认，同时也能保证合理水平的区域差异化，满足不同地区顾客的需求。

③ 高效协同化带来高流转低库存

以顾客洞察推动的 DM 海报选品，整体推动商品的协调、区域门店的实施，整体的沟通和反应速度加快，将资源集中在更好的执行中。



DM 海报选品工具有哪些功能模块？



页面规划

通过历史销售、购物篮和顾客表现分配不同部门以及部门下不同大类，帮助贸易计划部和大类采购进行合理的 DM 资源分配。



关键品类

通过品类基础指标、品类季节性和机会性指标，帮助采购聚焦品类，了解品类趋势和重点需要关注的品类。



选品工具

通过分析商品层面的历史促销数据提供适合做不同类型促销的商品候选清单，为采购日常商品管理提供参考依据。



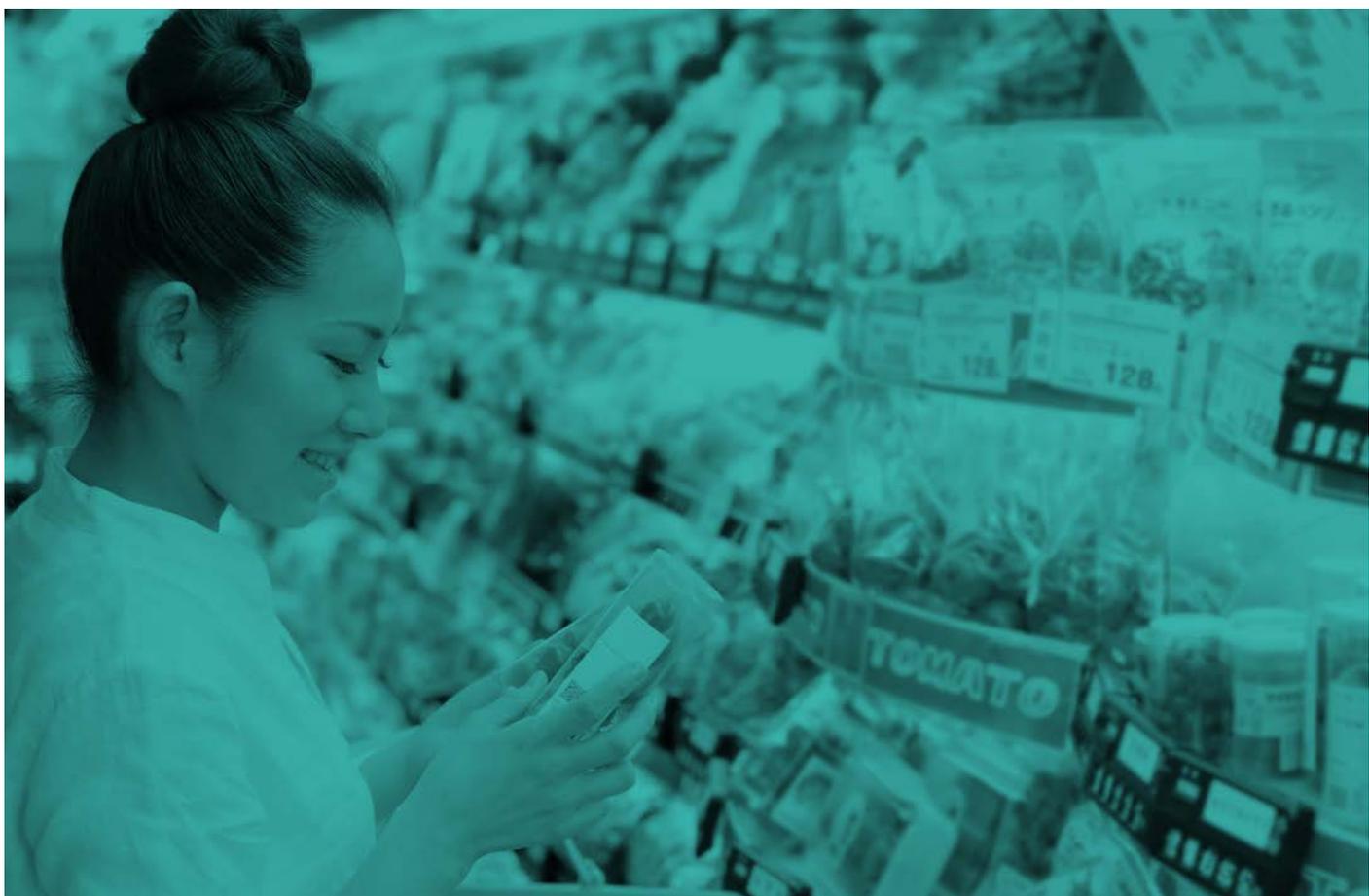
诊断工具

根据零售商提供的信息，为选定区域和档期的页面规划和选品提供快速便捷的科学诊断。



评估工具

根据 DM 销售贡献、销售提升、购物篮渗透率和偏爱 DM 的购物篮占比对档期促销执行效果进行评估总结，对海报表现进行持续跟踪。



邓韩贝帮助某零售商使用 DM 海报选品工具 优化选品流程

挑战

新零售环境下，传统零售面对“过去未去，未来已来”双重挑战，是否使用数据与洞察已经是昨日课题，如何善用数据完成“智慧零售”的华丽转身才是当务之急。

国内某家线下最大零售商之一，拥有国内实体零售体量最大的会员数据，在面对线上线多种零售业态的冲击下，选择引入邓韩贝的数据科学能力，赋能企业自身的数字化转型，为消费者打造更优购物体验，寻找推动行业变革的最佳方案。

解决方案

邓韩贝基于该零售商会员信息与真实交易数据，通过全球领先的算法与行业经验，将数据转化为多维度顾客画像，利用深度顾客洞察及零售商销售数据指导 DM 海报选品及流程，从封面到封底做出优化建议，激发线下传统顾客沟通媒介的活力。

项目实施至今，已从区域性阶段性试点迅速落实至全国各区，DM 购物篮渗透率、推荐商品的销售表现及渗透率都有显著提高。



dunnhumby 邓韩贝

数据科学引领零售变革

dunnhumby 邓韩贝是全球大数据分析的先行者和领导者。我们致力于用数据与科学赋能零售商及品牌商，助其始终以顾客为中心。

自1989年创立至今，我们分析收集全球逾8亿顾客的数据加以分析，运用独创的策略流程、数据洞察、全渠道媒体能力为零售商及品牌商定制数据解决方案，最大化企业在数据领域的投入产出、培养企业内部的数据专业能力，从而建立顾客忠诚、催生竞争优势、实现可持续增长。

我们的产品与服务涉及顾客洞察、顾客战略、定价与促销、品类管理及零供合作等各个方面。我们服务的行业包括但不限于：零售、快消、金融服务及医药连锁；我们在中国及全球的零售合作伙伴包括Tesco 乐购、Coop、Shoprite、美国7-Eleven、Raleys、Raia Drogasil等；我们也同时服务可口可乐、玛氏箭牌、欧莱雅、雀巢等众多全球知名品牌。

2008年，dunnhumby邓韩贝进入中国市场。

2017年，dunnhumby邓韩贝与华润万家成立合资公司，致力于持续为国内广大零售商和品牌方提供专业的顾客数据科学，为消费者创造更好的消费体验，为中国零售、快消及大数据行业的发展与变革助力。

欲获取更多信息，请扫描下方二维码关注邓韩贝微信公众号



或访问www.dunnhumby.com/cn