



立白集团深度营销管控 经验分享

liby立白集团

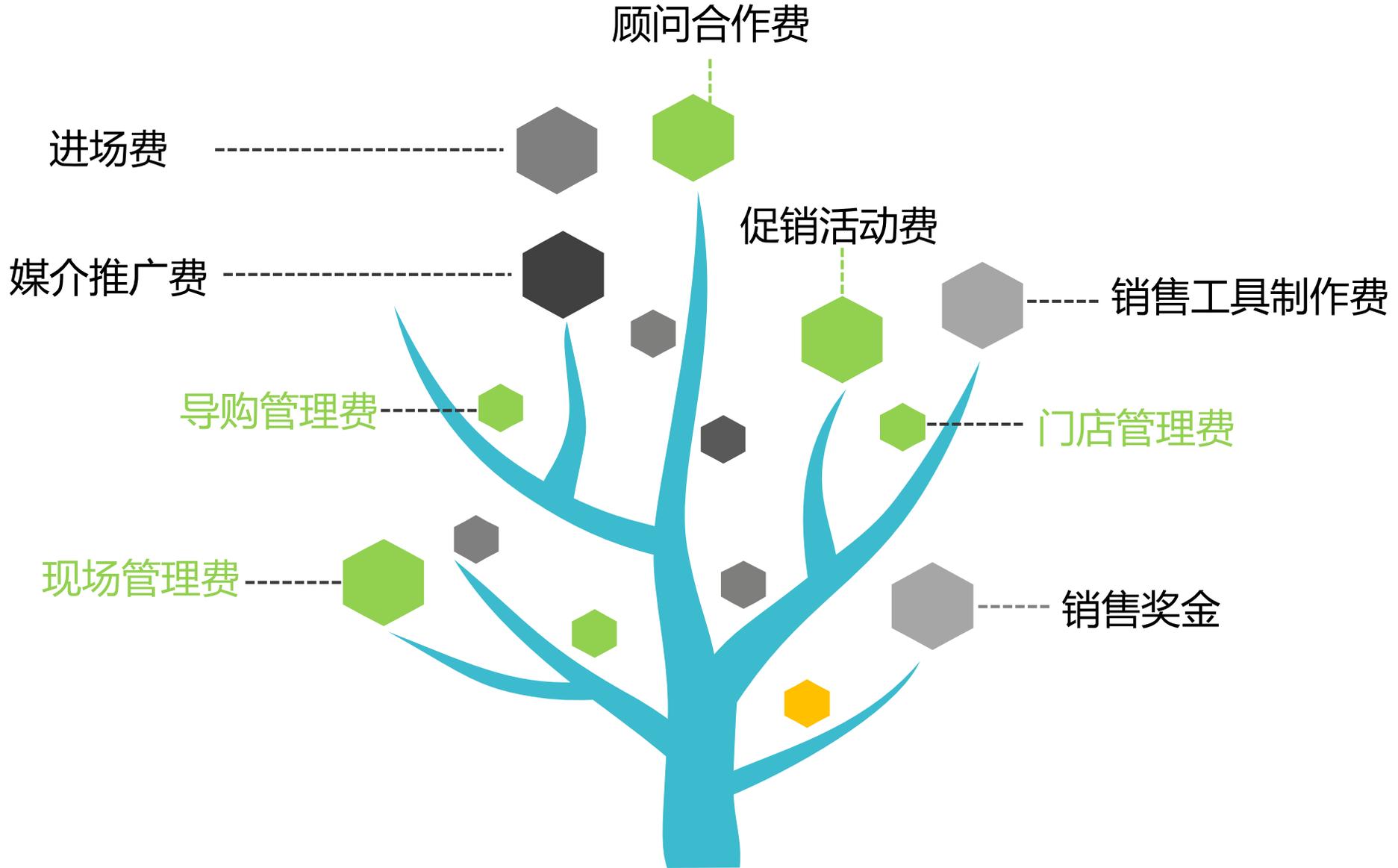
健康幸福每一家

消费者家庭生活的
健康伙伴

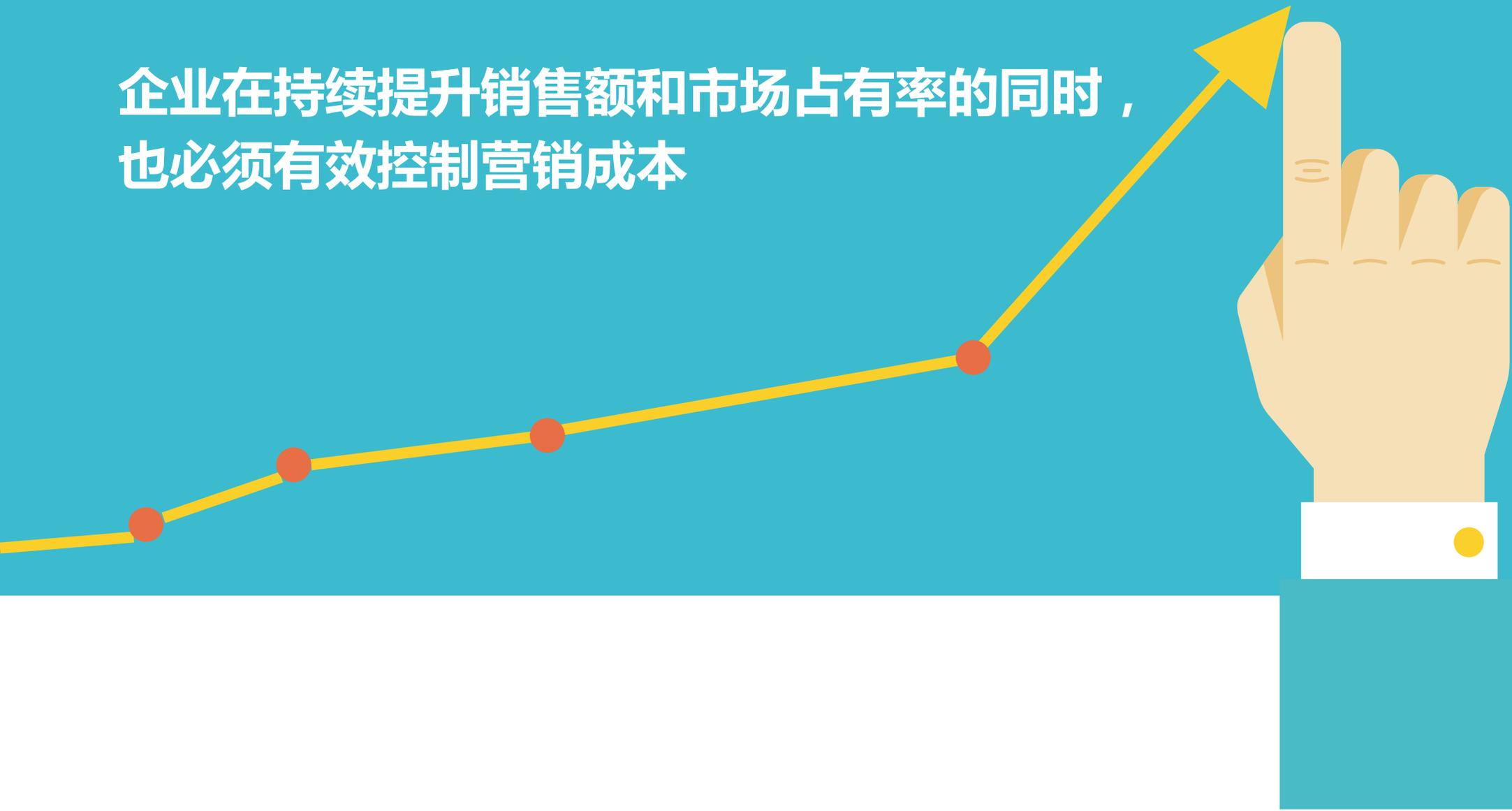


广州立白企业集团有限公司是国内日化龙头企业，创建于1994年，总部位于广州市。主营民生离不开的日化产品，产品范围涵盖“织物洗护、餐具洗涤、消杀、家居清洁、空气清新、口腔护理、身体清洁、头发护理、肌肤护理及化妆品”等九大类几百个品种，营销网络星罗棋布，遍布全国各省（区）、直辖市。

种类繁多的营销投入费用



企业在持续提升销售额和市场占有率的同时，
也必须有效控制营销成本



集团营销费用管控存在问题

费用：重复投入不可控



预算：释放慢、难以控制



财务：预算不是我想控，想控就能控

报表：时效性差；数据获取、加工困难，效率低



老王，费用分析报表明早死都要给我死出来...

CRM系统：旧CRM系统存在诸多弊端

速度慢、操作不便

协同不足



大方案无法通过系统进行管控

一时纸版审批，一时系统审批，**what are you弄啥咧？**

分析：投入产出分析困难、不支持多维度分析

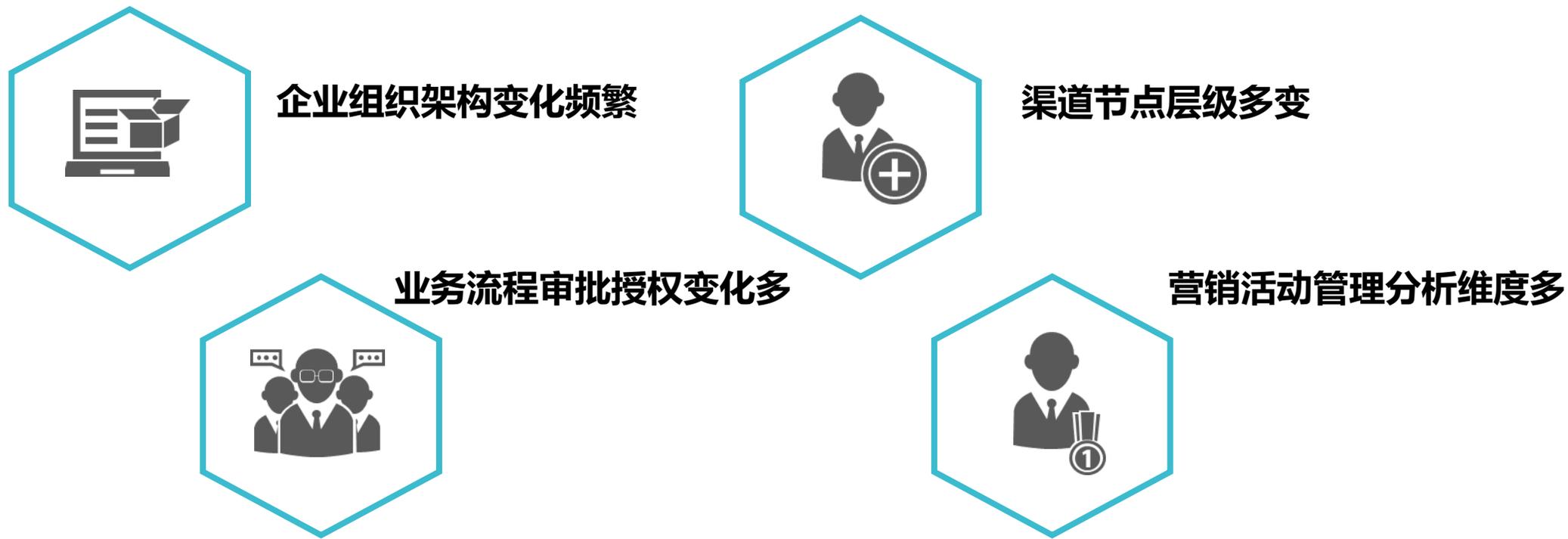
品类、SKU、事业部、经销商... 这么多维度，**搞事情啊！！！！**

活动效果如何？

门店利润情况怎样？



营销费用管控难度影响因素



营销组织的频繁变化、多系统之间的数据接口、业务口径与维度不统一、加上国内营销环境的特情需求，造成**营销决策信息的准确性下降、时效性落后**的局面，老一代营销管理系统已不能满足立白经营发展的需要。

我们需要的.....

能快速适应业务变化的产品



更贴近用户使用习惯的产品



能提供多维度数据分析的产品



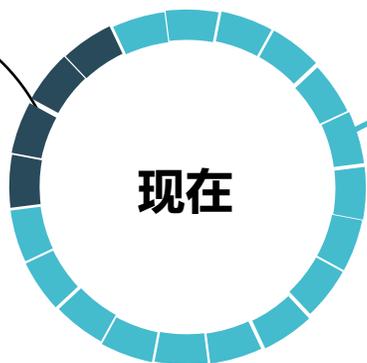
立白营销费用管控的过去与现在

附件挂方案、简单审批



大量业务数据靠人工维护、大型营销方案管理难、费用重复投放难监管
统计数据难以整合、系统间协同效果差

少量人工调整工作



审批内容全结构化、系统间实现数据标准化交互、从预算到核销全程跟踪、支持多维度营销费用统计分析



用友NC为立白带来的核心价值



多维度营销费用分析报告



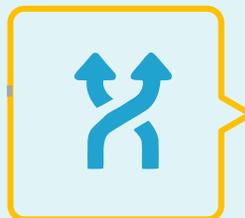
预算执行

- 营销费用使用进度分析报告（按出资部门、按费用管控部门、按执行单位）
- 管理费用使用进度分析（按部门、按费用科目）



方案评估

- 营销促销方案执行效果分析(与销售出货相关)
- 门店方案执行效果分析



利润中心分析

- 集团整体利润分析；
- 分品牌、事业部、品类、SKU、营销区域、门店利润情况分析。

营销活动费用投入全过程跟踪

营销活动执行前



- 任意时间维度查询立项促销政策的内容；
- 可通过活动看板了解各地区的活动立项情况；
- 可清晰了解所有活动在过程中产生的调整及事由；

营销活动执行后



- 活动结案后及时了解活动ROI分析；
- 活动产生的费用可以通过规则自动分摊；
- 多维度进行数据分析，如产品、事业部、门店、经销商等，根据数据分析精准了解市场动向为营销服务。



营销活动执行中

- 可按日、周、月任意维度了解立白所有活动的执行情况及预算情况；
- 管理层审批过程中可根据条件查询以往同类活动的费效比及数据进行审批，完善审批机制；

满足不同层级人员管控需求



应用层面

- 大方案结构化输入NC，系统通过费用预测模型自动算出活动预计费用；
- 通过系统功能快速录入活动方案；
- 通过系统规范活动，同时满足市场灵活应变的业务需求。



管理层面

- 实时了解活动执行情况及预算情况；
- 活动管理过程可视化；
- 完善活动的审核机制，提供可参考数据做为审批依据；
- 灵活的预算释放，自动进行相关费用分摊；
- 活动的冲突自动检查及校验。



决策层面

- 可通过数据分析活动的效果，及时取得所关心的市场数据、流向数据；
- 活动过程可视化、可追溯；
- 多维度营销活动数据分析；
- 活动真实客观的ROI分析。



NC

功能导航

消息中心

常用功能

动态建模平台

应用管理平台

企业绩效管理

财务会计

供应链

资产管理 **供应链**

商业分析

客户关系管理

客开功能



全面预算

预算编制

- 预算编制
- 预算审批

预算调整

预算监控

预算财务



财务会计

费用管理

- 管理性费用报销单
- 市场性费用报销单 (填报/核销)

销售财务



供应链

合同管理

销售价格

- 价目表维护
- 价格政策
- 促销价格
- 销售调价

销售返利

- 返利政策
- 计算平台

目标管理

营销费用管理

- 客户费用单维护 (票扣、账扣)

销售管理部



事业部财务



财务折扣组



预算财务



销售财务





首页

市场营销

审批人门户

流程中心

我的报表库

网上报销

全国主题性活动

活动促销政策

营销项目立项

营销项目分解

营销活动执行

项目&活动总结

促销政策

创建营销项目

营销子项目

营销项目调整

营销活动

预算控制
与检查

营销项目分解

项目&活动总结

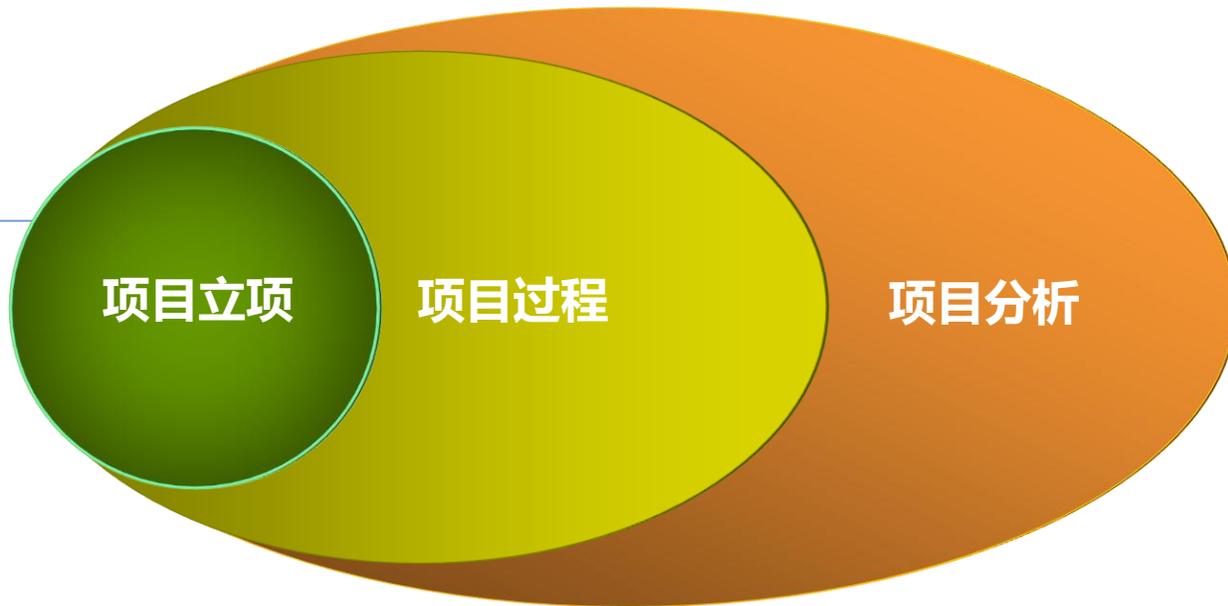
营销活动执行

营销活动分析



关键点

- **项目总体预算控制**：营销项目设计总体预算；
- **项目分解子项目**：营销项目可以按部门进行分解。各部门申请活动可以参选对应的营销项目，申请审批后形成正式的活动内容（包含费用、活动物料、促销政策等信息）；
- **营销项目调整**：活动执行过程中进行营销子项目的费用、（广宣品、促销装、买赠赠品）的数量进行调整。



对终端市场的灵活响应

促销活动多样性

过程灵活多变

活动客观评价

项目立项

立白促销活动多样：30多种买赠规则、促销装、价格促销、特价补差、返利

项目过程

过程灵活：活动过程中的调整、加量加码、活动确认、灵活的预算释放、灵活的费用兑付、活动唯一性检查。

项目分析

项目分析：实时出具项目的投入产出比，数据真实、客观。



未来 Future

借助用友NC，持续打造更高效、更灵活、更精准的营销费用管理平台，为立白集团营销3.0时代提供有力支持。



THANK YOU