

SAP 自助分析企业运营业务数据

--释放信息的能量，助力决策支持

张成杰

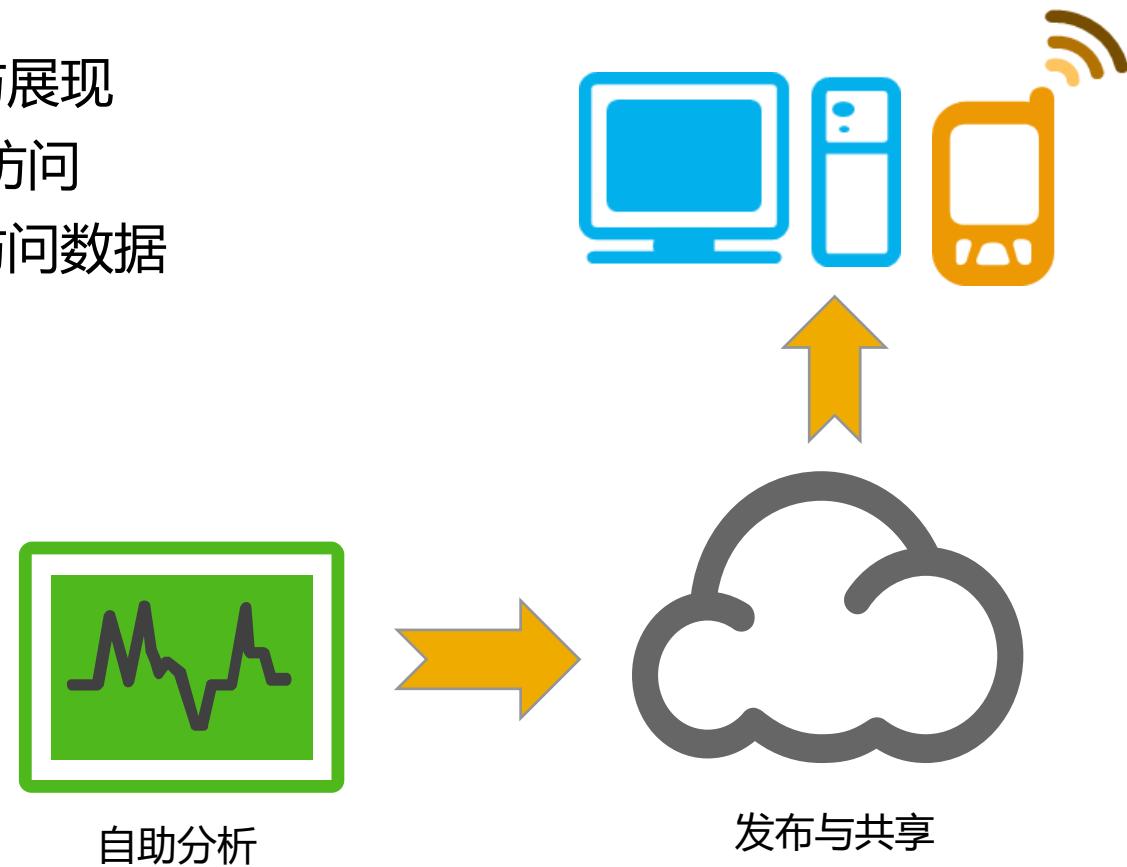
2017-5-3

主题

- SAP自助分析方案概述
- 企业运营数据自助分析
 - 客户分析
 - 供应链分析
- 方案优势与架构

自助分析 – 快速、灵活、易用、智能

- 业务人员快速掌握
- 连接业务数据灵活分析与展现
- 全面支持PC与移动设备访问
- 各级管理人员随时随地访问数据



SAP Lumira – 自助分析

连接



定义



- 连接表单数据
- 连接多数据源

可视



- 多维度全景展现数据结果
- 丰富的可视化效果
- 发现数据的内在价值

共享



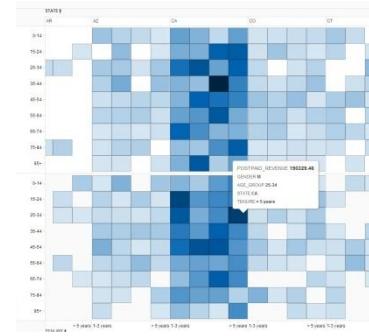
- 可视化数据发布
- Web页面共享
- 多设备自由访问

使用SAP Lumira, 您可以...



加深理解并使用数据

从数据中发现隐藏的业务
模型



超越技术人员

企业运营数据的全面分析展现

报告

发布信息

- 预定义的运营分析报告
- 分类展现各个业务主题的汇总与明细数据
- 应用于企业日常业务管理



仪表板

业务分析

- 进行What-If分析协助制定业务计划
- 跟踪KPI和相关业务数据
- 汇总-明细-关联的多级指标穿透分析帮助用户快速定位业务问题



可视化

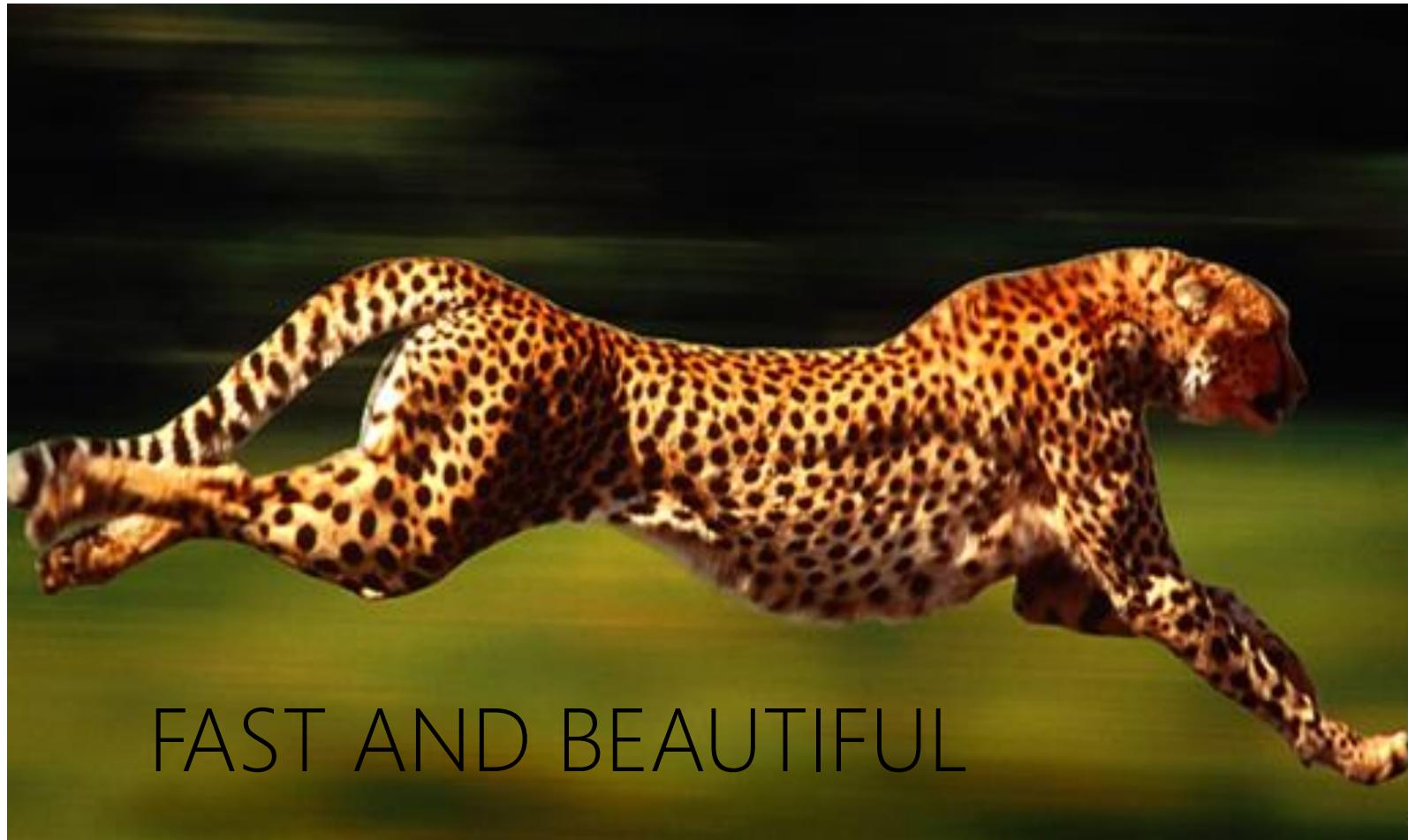
发现预测

- 将枯燥的数据转换为优美的图表
- 图形化分析与预测业务健康状况
- 业务人员自助深度分析业务数据



可视化分析周期

提问、寻找数据、可视化、理解问题和发现新问题等环节的循环非线性流程



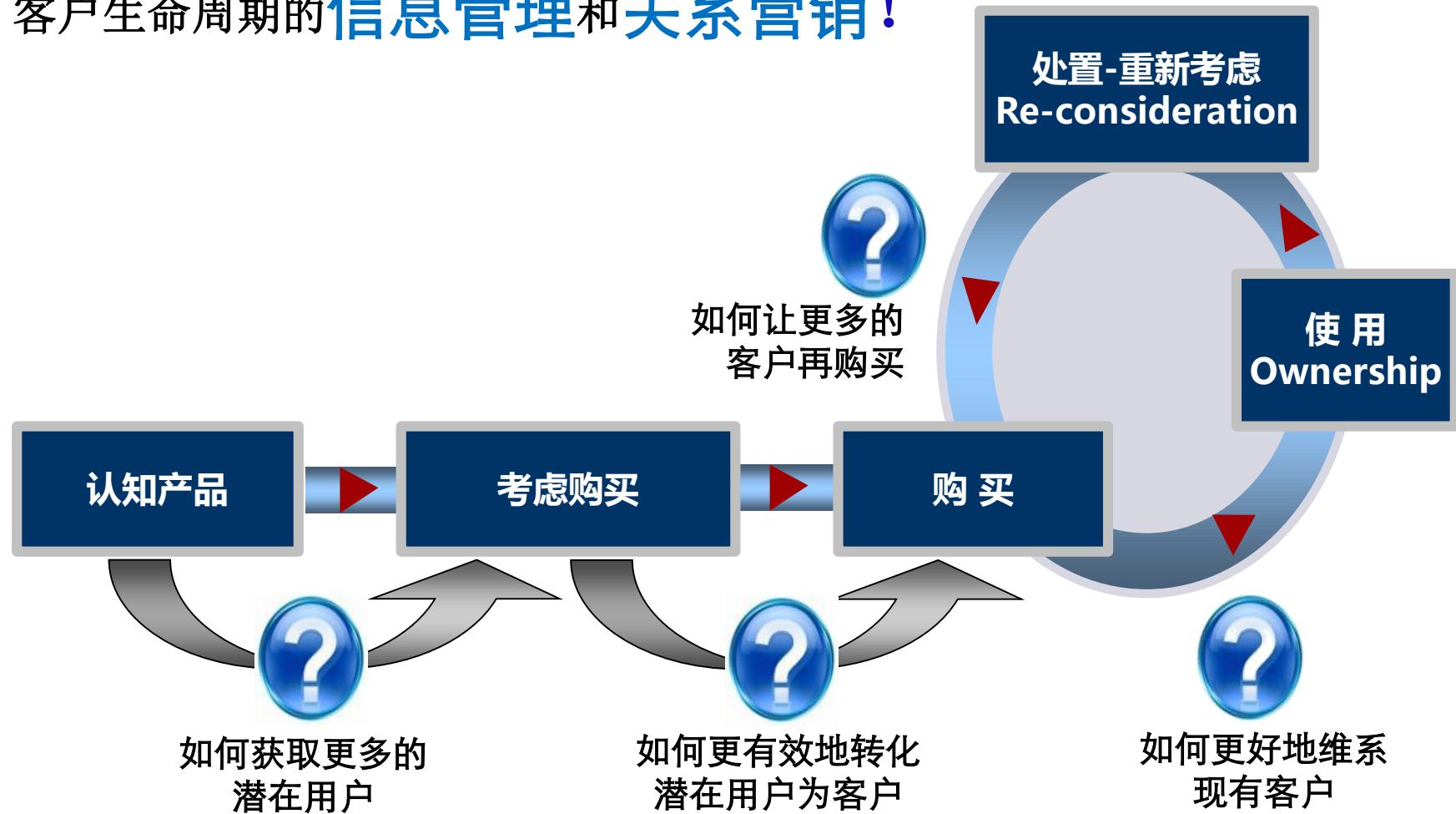


企业运营数据分析

客户分析

客户关系管理的范畴

客户生命周期的**信息管理**和**关系营销**！



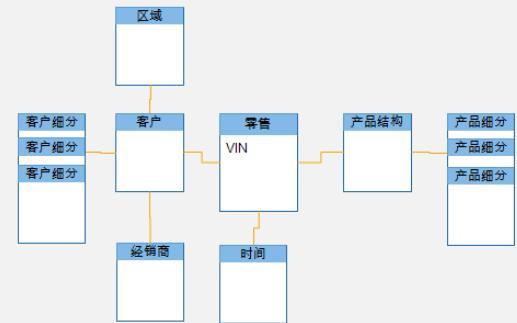
客户关系管理在整个营销中的任务

- 对客户生命周期建立整合的**信息管理体系**；
- 建立潜客开发和客户维系的**持续沟通策略**；
- 依据产品定位，定制**营销支持方案**；
- **转化**消费者为潜在用户，**转化**潜在用户为用户，**转化**用户为忠诚用户。



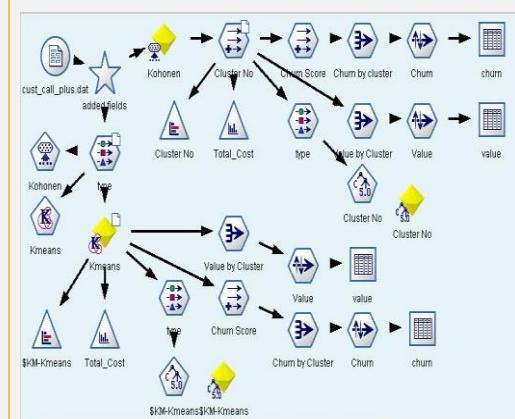
客户主数据管理目标

统一客户信息



客户统一标识
完善客户信息

细分客户



营销分析



精准营销

客户满意度 优化产品结构



决策树模型

客户分级。如：周期（月）购买数量>N；连续周期购买次数>M等
区域、产品等决策支持。



统一客户

统一客户数据库管理

整合现有用户资料

- 整合零售用户信息
- 整合三包用户信息
- 整合维修用户信息
- 构建基础用户数据库

分析基础用户数据库

- 使用BI工具全面分析基础用户数据库
- 设计数据清洗规则
- 优化基础用户数据库

建立统一客户数据库

- 设计统一客户数据库（客户标识）
- 清洗和整合基础用户数据库
- 完善客户信息



细分客户

细分客户

- 通过决策树细分客户数据库
- 建立客户分析维度（价值、行业等）

客户分析

- 使用BI工具分析客户数据库
- 数据钻取、切片分析
- 实现精准营销等市场活动的决策支持

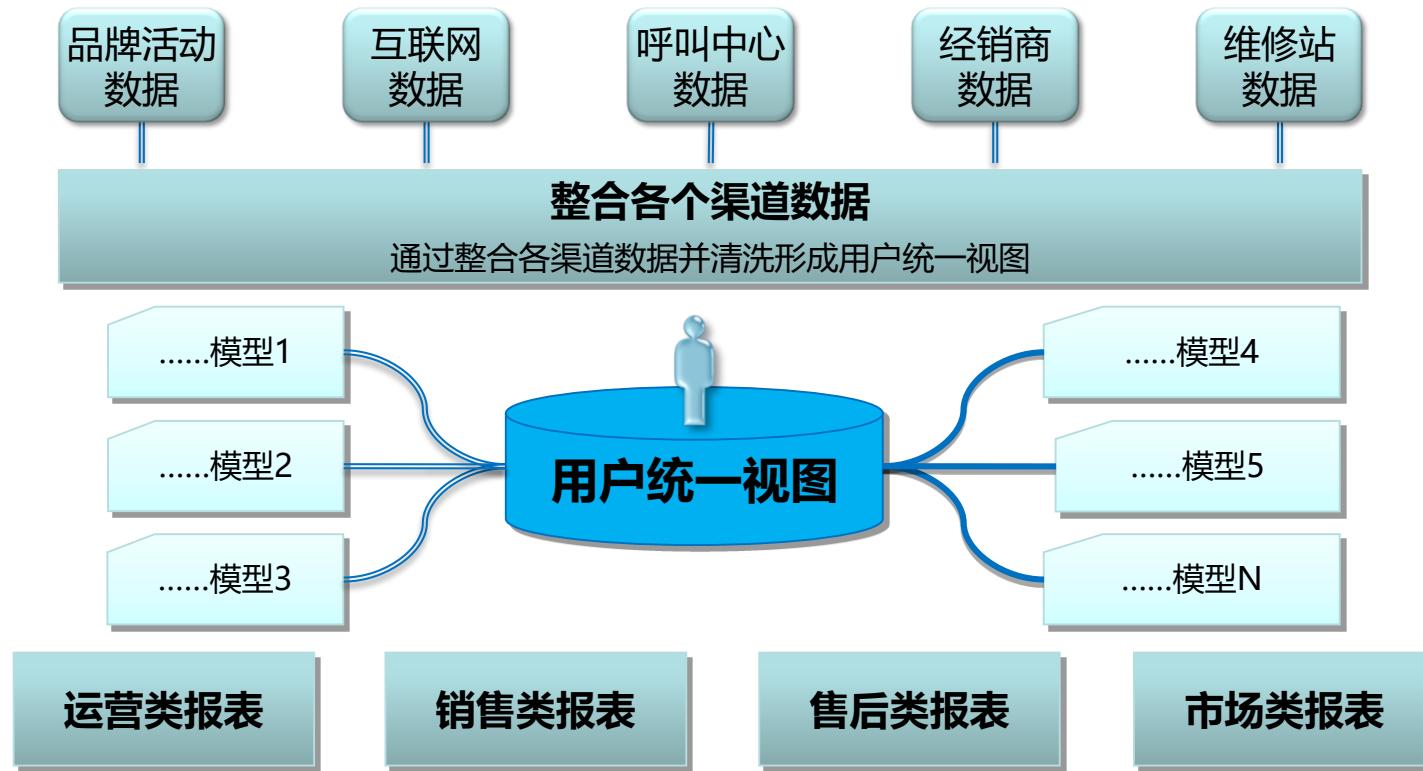
潜客分析

- 整合潜在客户信息
- 潜在客户和公司客户对比分析
- 细分潜在客户等级
- 潜在客户精准营销分析

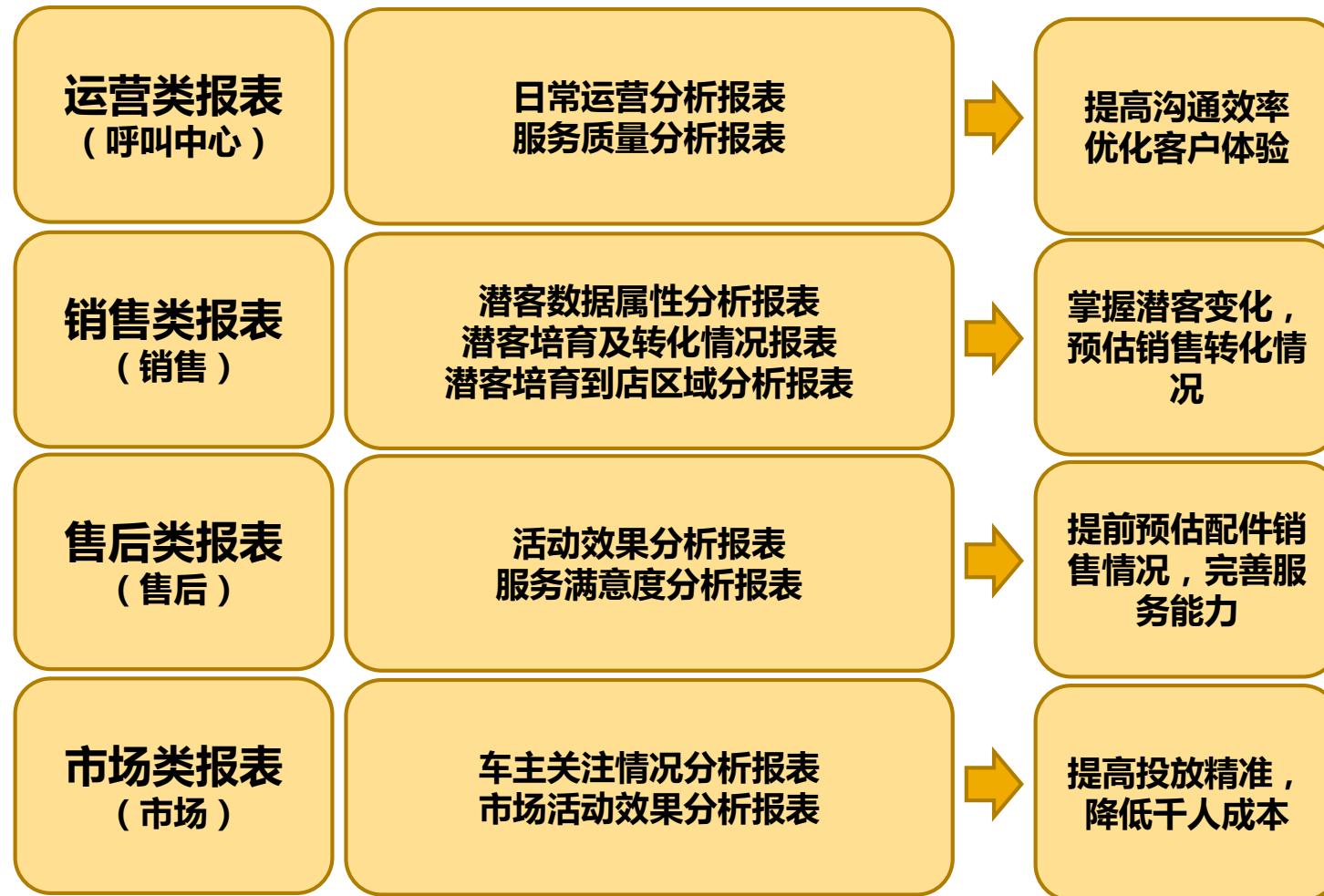


客户主数据收益

- 整合各个渠道的用户信息数据清洗、去重、合并，持续巩固并修正这些信息，建立**统一360度客户视图和客户生命周期管理**；
- 利用BI系统，对用户数据进行分析、数据挖掘，形成对产品、市场、顾客需求以及营销活动和销售体系的数据，更好的为销售、市场、售后、运营部门提供数据支撑。



业务分析



客户分析

哪些客户给您带来最大利润？他们购买的是什么，他们在其它类别中的开支如何？

客户数量	
东北	257
华北	205
华东	340
西北	74
西南	109
中南	346

销售额	
¥970,005	
¥875,118	
¥1,572,560	
¥270,876	
¥386,098	
¥1,413,810	

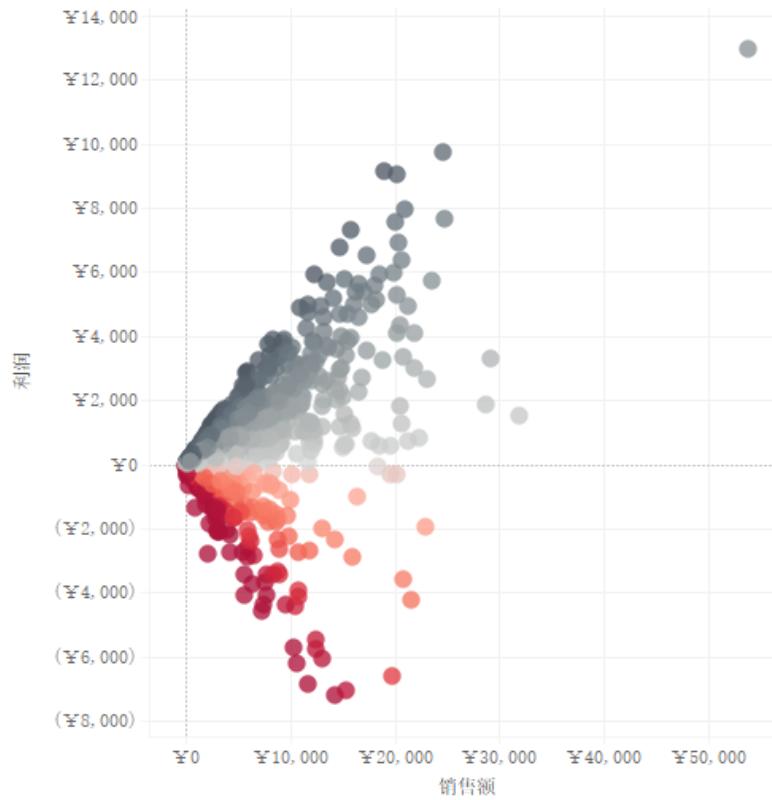
数量	
2,447	
1,840	
3,787	
576	
930	
3,409	

每名客户销售额	
¥3,774	
¥4,269	
¥4,625	
¥3,660	
¥3,542	
¥4,086	

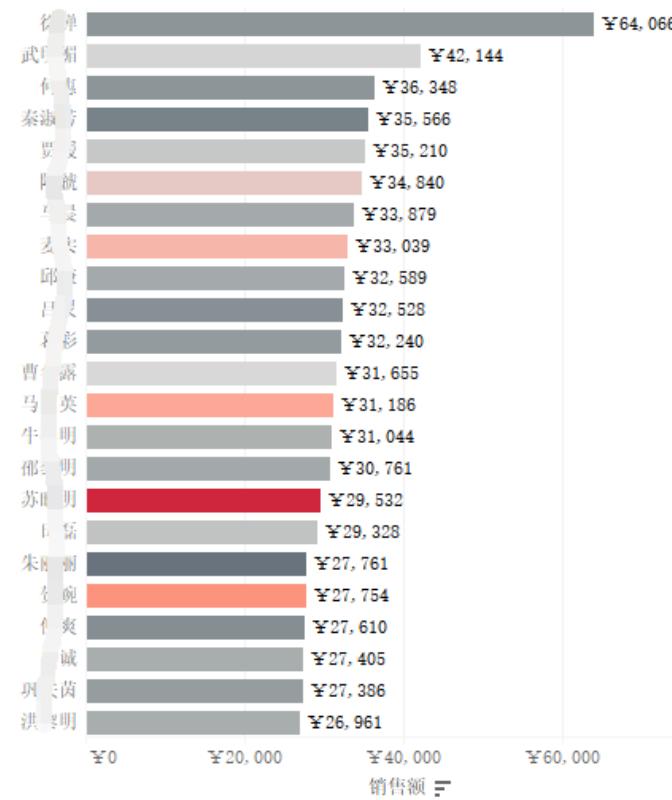
利润	
¥77,224	
¥141,448	
¥181,268	
¥26,432	
¥30,471	
¥228,147	

利润率	
8%	
16%	
12%	
10%	
8%	
16%	

客户销售额和利润

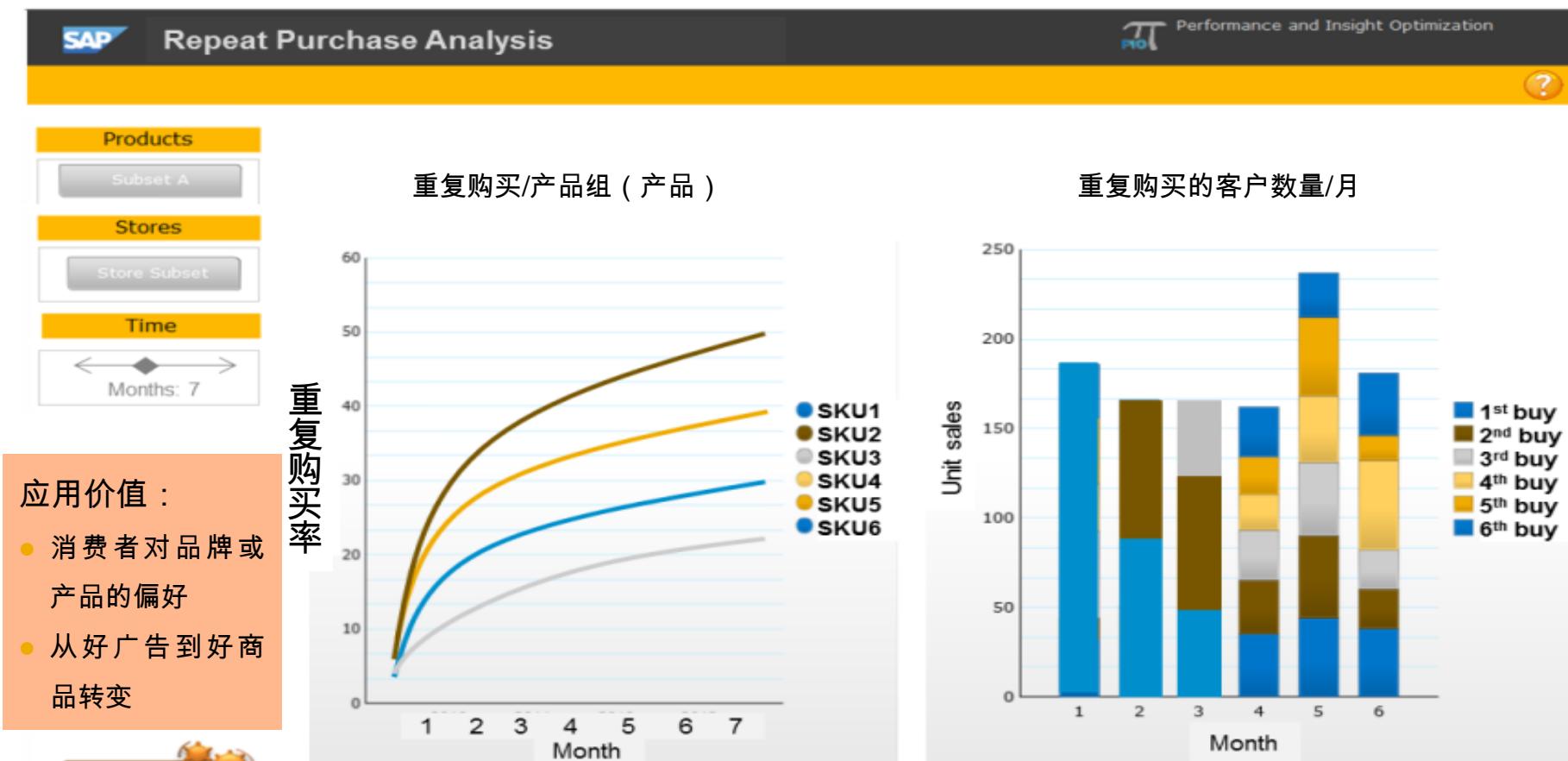


客户排名



重复购买分析

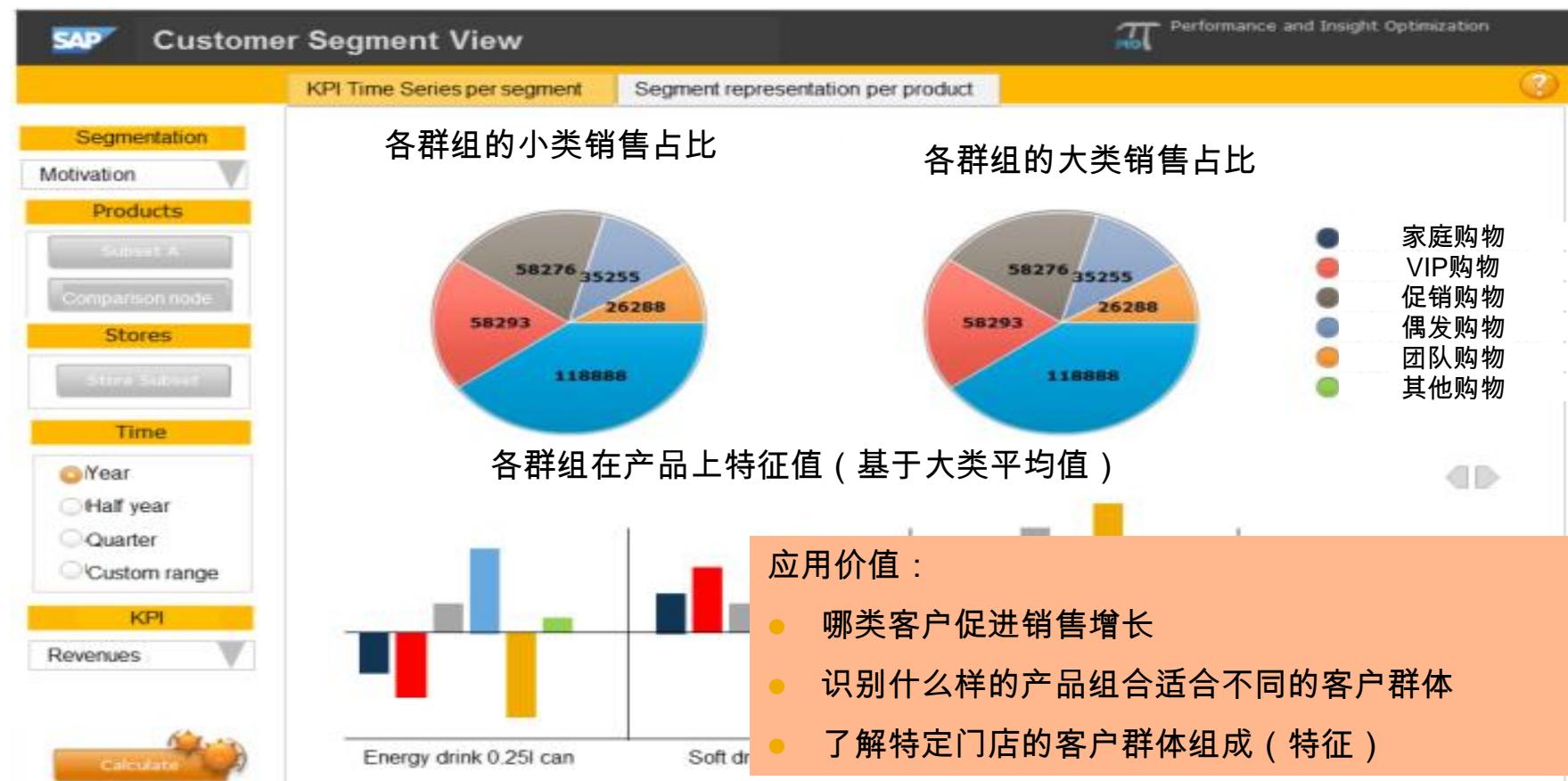
—以了解客户对品类的偏好以及品类组合对客户的吸引力



重复购买分析用于分析消费者在同一产品(组)的消费数量和频次

客户群体消费行为分析

—以了解各种类型客户在各品类的表现



客户消费行为分析帮助理解客户群体在门店和SKU级别上的行为

会员的消费占比



进行中的促销活动

活动名称	开始时间	结束时间
情人节积分增加50%	1/20/2012	2/15/2012
疯狂三月10%减价	3/1/2012	3/31/2012
学校放假15%减价	9/1/2012	9/30/2012
夏季积分增加50%	10/31/2012	11/15/2012
周年纪念积分增加25%	6/10/2013	9/10/2013

情人节积分增加50%

状态:

目标: \$5M

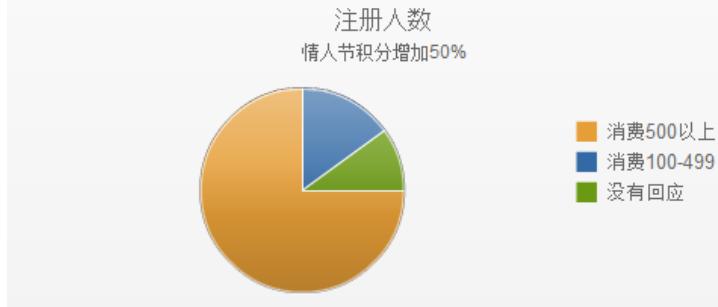
会员类型: 金牌, 银牌

实际: \$10M

开始时间: 01/20/2012

结束时间: 02/15/2012

注册人数: 11,352



会员类型收益率

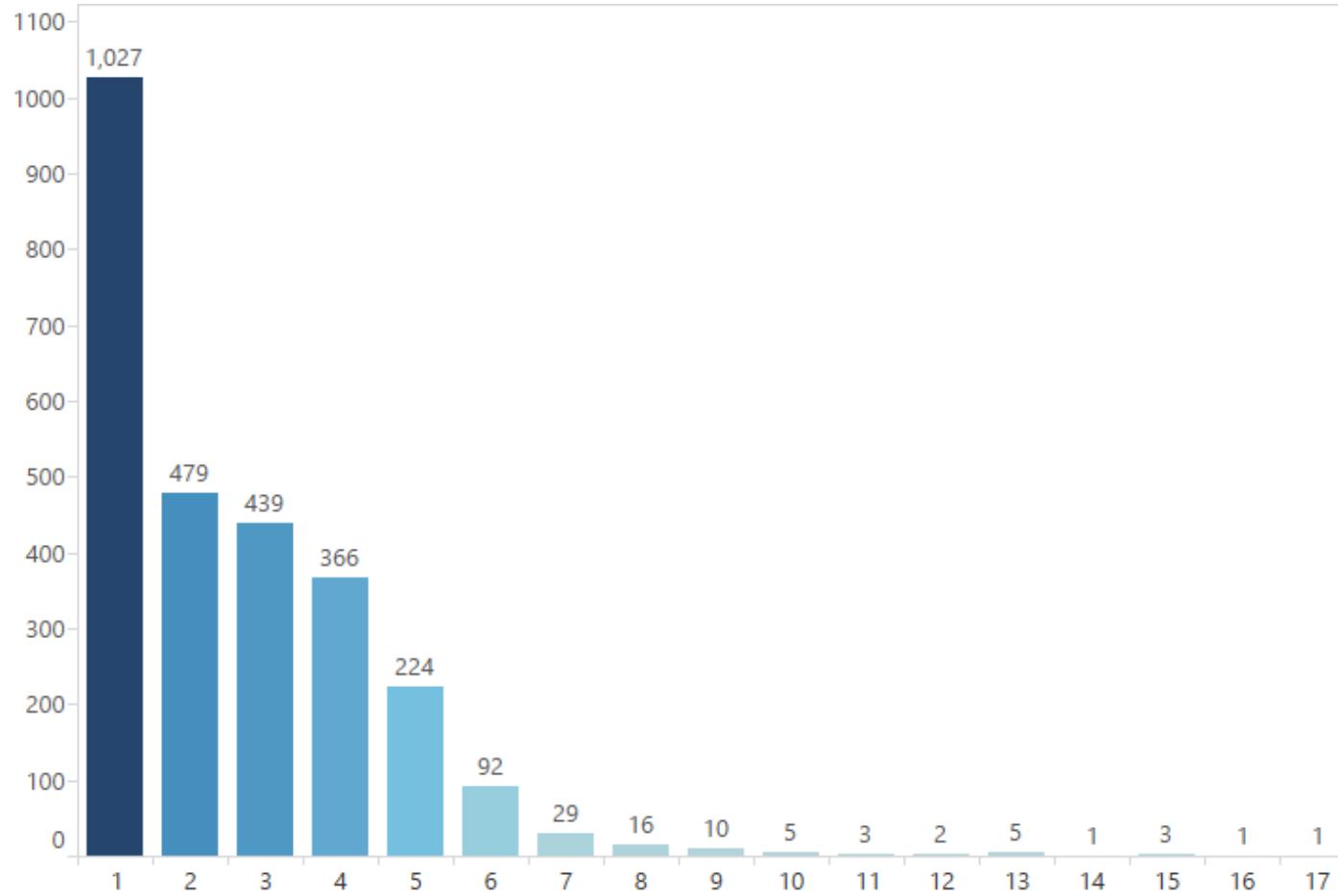
会员类型	花费金额	利润
金牌	\$150	72%
银牌	\$89	68%
铜牌	-	-

创建活动

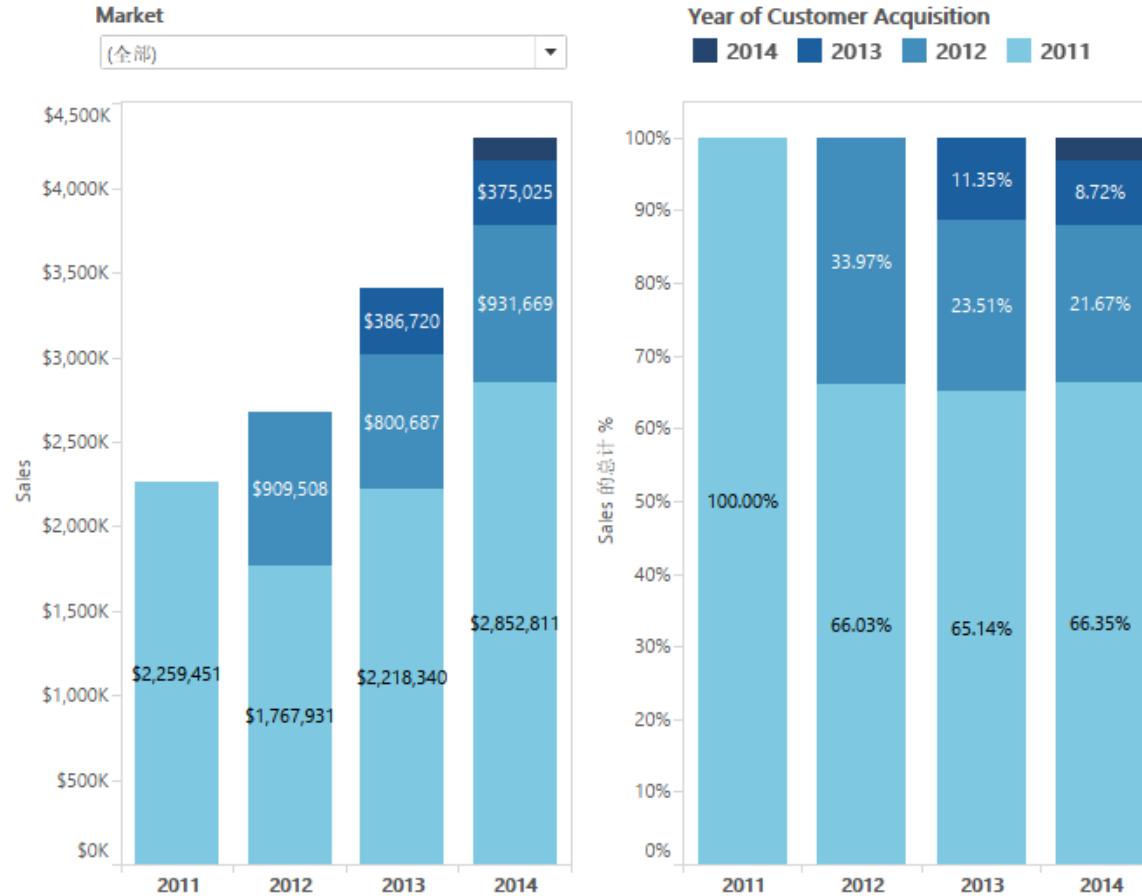
活动号: 0

活动具体内容

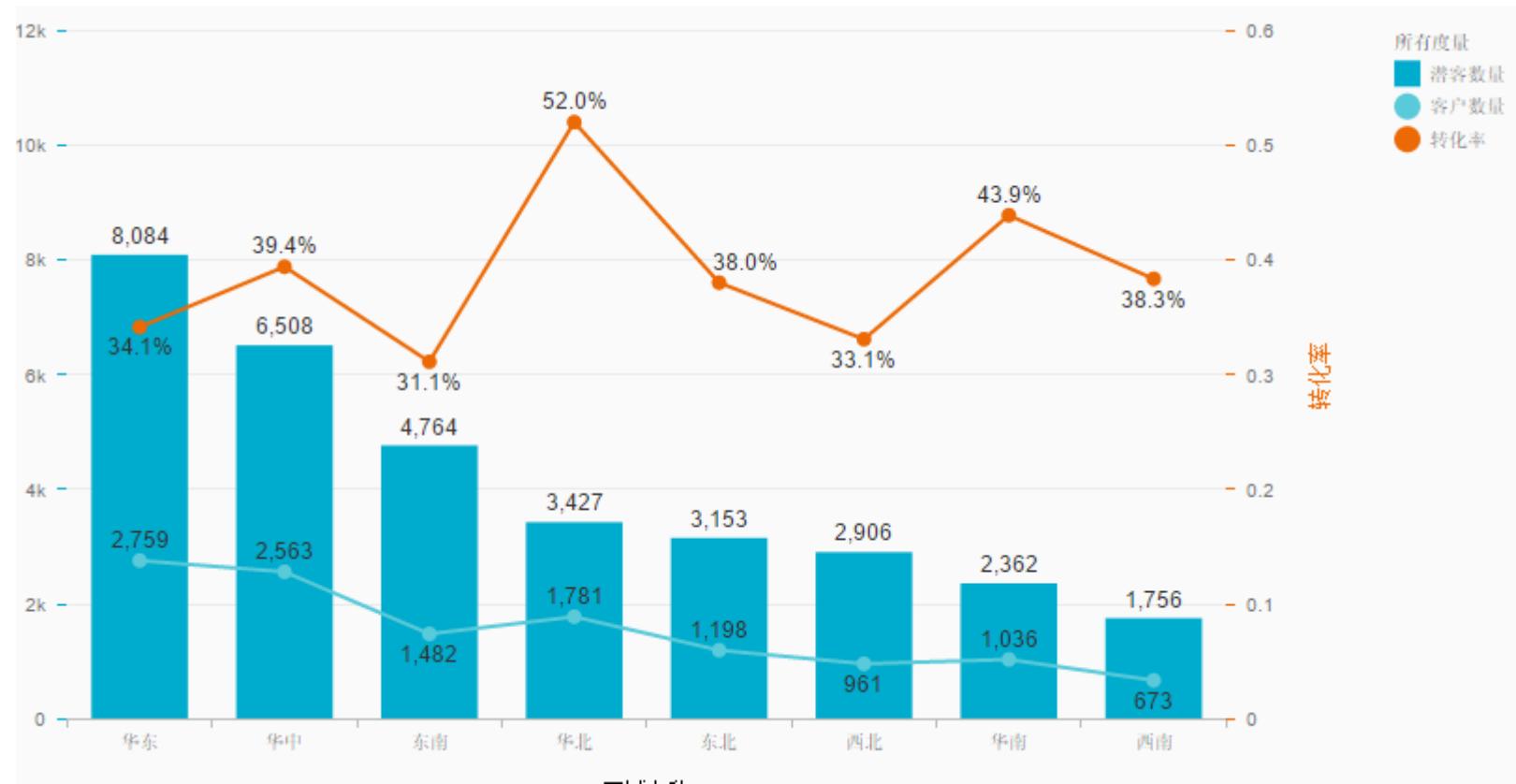
客户订单频率分析



客户对销售额的贡献



潜客量、转化率分析

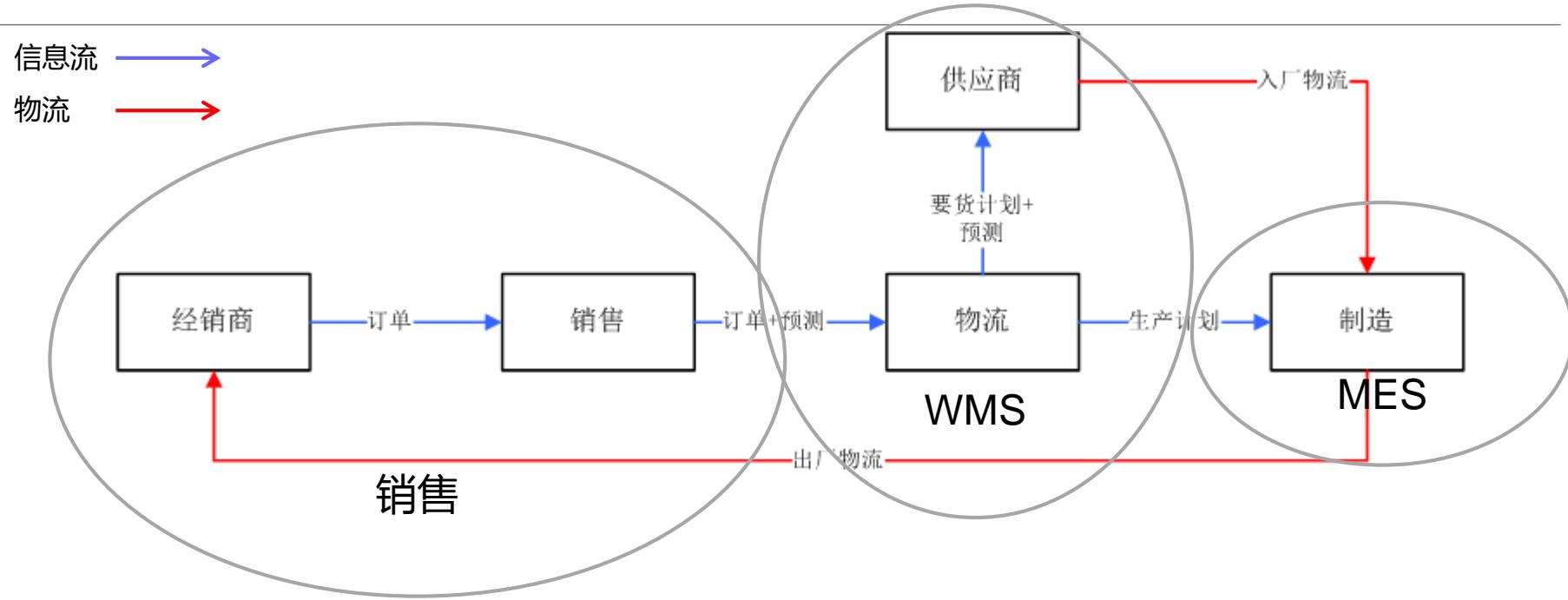




企业运营数据分析

供应链分析

供应链管理挑战



- 系统各自独立，形成信息孤岛
- KPI指标（服务水平等）无法建立，导致缺少对标依据
- 信息传递、计划多依靠手工操作，效率低，易出错
- OTD时间、效率无法衡量，缺少全局管理

供应链分析

当前客户状态

- 缺乏对供应链趋势和模式的响应能力
- 缺乏端到端的供应链绩效可视化

描述

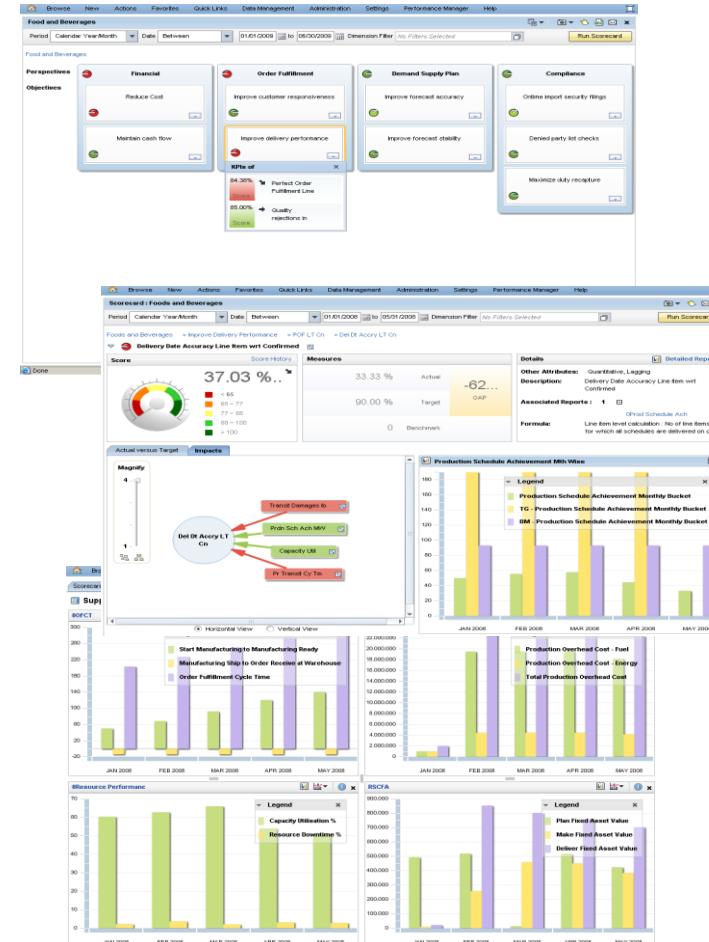
- 全方位视角查看供应链KPI
- 预先识别供应链模式, 趋势和根本原因分析
- 基于SCOR模型的预置内容

主要的分析主题

- 订单分析
- 采购分析
- 库存分析
- 交付分析

收益

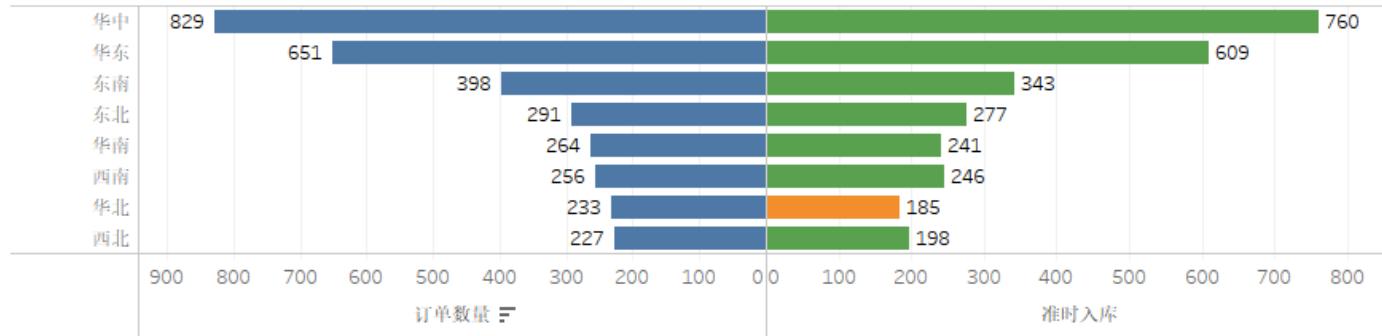
- 业务需求适应性强
- 将您的供应链作为差异化竞争的利器
- 最佳实践的转化和整理



业务分析

产品延迟情况分析

商务中心



品牌代码

○ (全部)

● 品牌1

○ 品牌2

销售订单下达日期年/月

2016年6月

准时入库率是否大于80..

<80%

>=80%

延迟入库程度

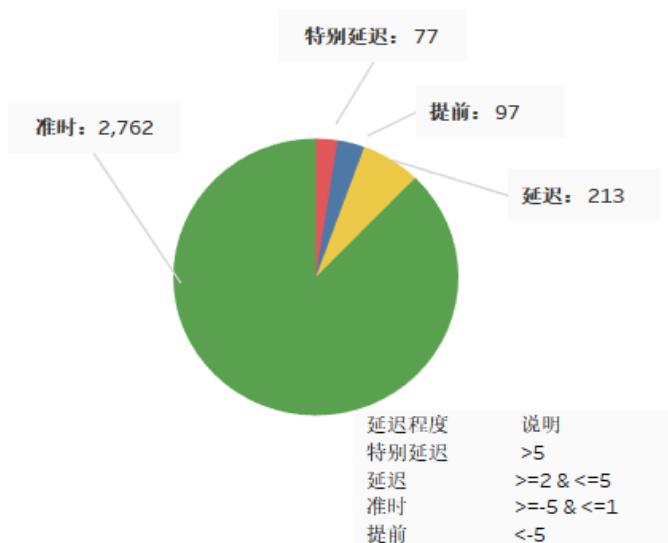
特别延迟

提前

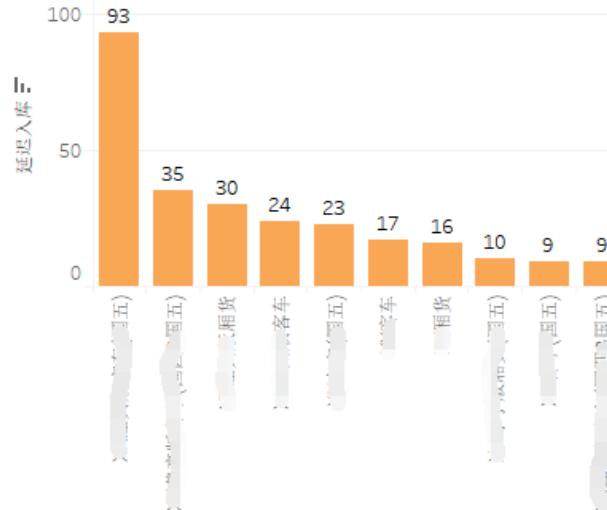
延迟

准时

入库程度



系列延迟Top10



业务分析

Leadtime分析报表

■ITO/■ITS		01	02	03	04	05	06
■ITO	交付数	776	771	1,285	1,328	1,285	873
	LT1	0.96	0.98	0.70	0.62	0.72	0.78
	LT2	7.37	7.20	7.16	7.63	8.41	7.87
	LT3	0.29	0.23	0.20	0.23	0.15	0.22
	LT4	3.94	3.36	3.49	2.88	2.95	3.16
	LT5	1.86	2.02	1.65	1.62	1.81	1.81
	LT6	4.94	6.45	5.97	6.30	5.12	5.59
	OTD	19.36	20.24	19.16	19.29	19.17	19.43
	Lead Time	13.46	12.91	12.50	12.36	12.30	12.07
■ITS	交付数	1,2					
	LT1	-17.					
	LT2	7.					
	LT3	0.					
	LT4	2.					
	LT5	9.					
	LT6	3.					
	OTD	22.					
	Lead Time	19.					

客户/制造服务水平分析

■ITO/■ITS	■ITO			■ITS		
	到达经销商月	车辆数	制造服务水平	客户服务水平	车辆数	制造服务水平
01	783	76.12%	81.61%	1,199	58.55%	80.90%
02	777	77.09%	69.11%	989	82.71%	60.97%
03	1,329	76.15%	69.68%	1,897	77.17%	69.32%
04	1,379	74.98%	79.99%	1,415	51.45%	81.34%
05	1,072	70.34%	77.43%	1,145	45.15%	83.23%
总和:	5,340	74.81%	75.56%	6,645	63.64%	75.12%

更多分析示例

关键节点分析

库存分析

....

自助BI特点-释放您的分析灵感

自己的分析视角（自定义分组）

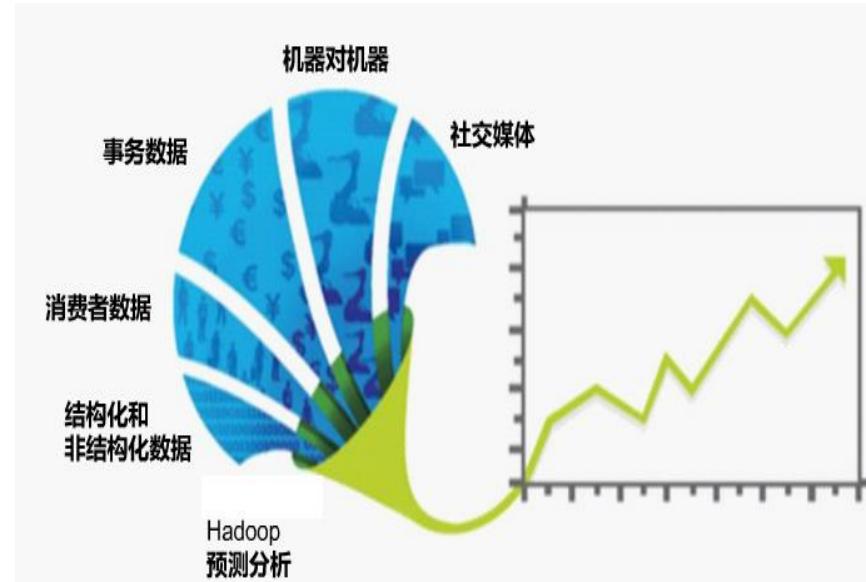
- 重新对维度合并构建自己的分析角度
 - 按照维度对应的度量范围合并，关注关键指标
 - 同类维度合并
- 增加度量维度。度量范围合并成新维度。如：价格段，数据桶等。

自己的分析能力

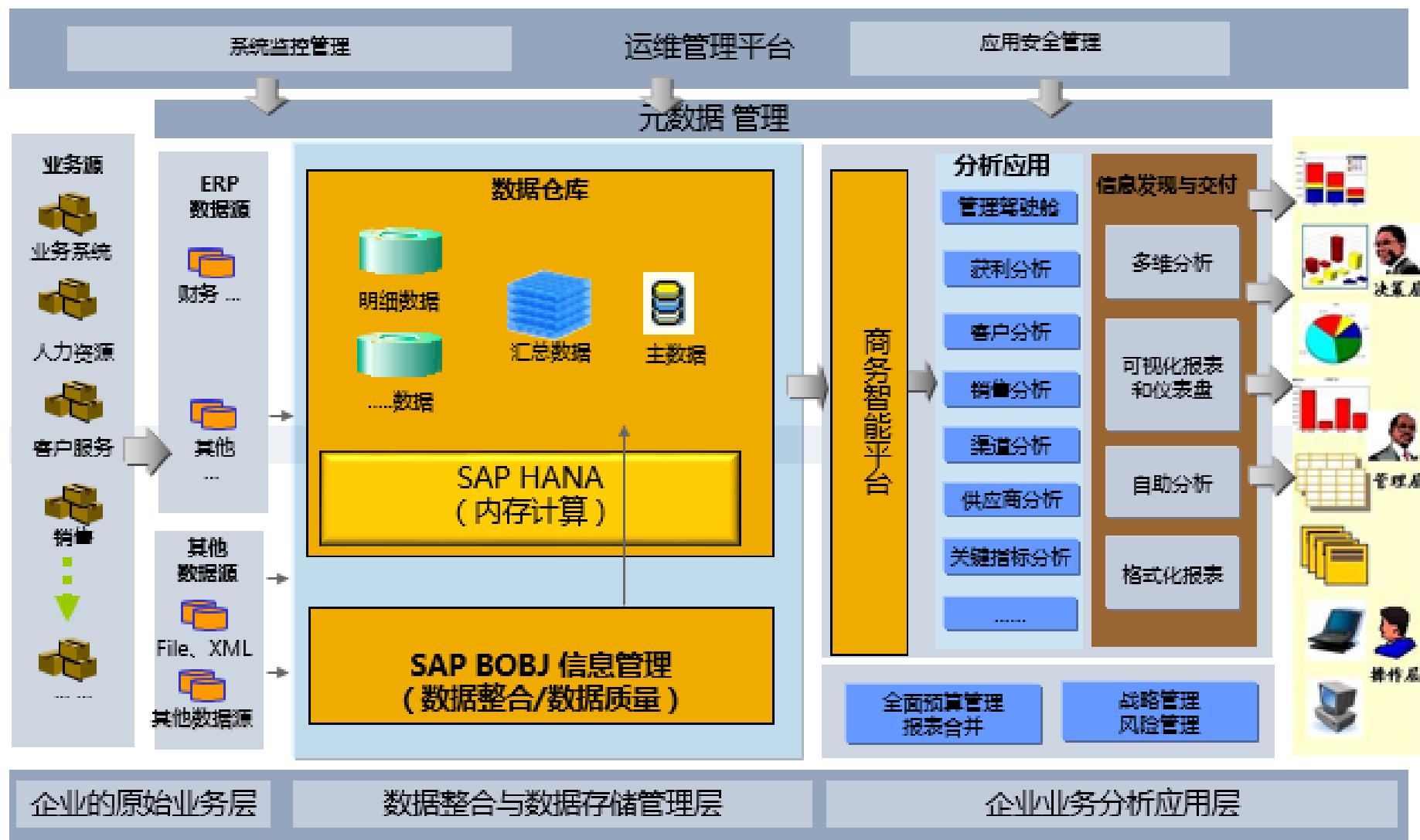
- 转换维度为新的度量，跟深层次了解业务。数据桶的占比等指标。
- 成策创新的分析模式提升业务用户分析能力（业务分类、时间趋势、地图、关系、组成、排列、分布等）

自己的数据集

- 按照分析成果构建自己的数据子集，聚焦分析。



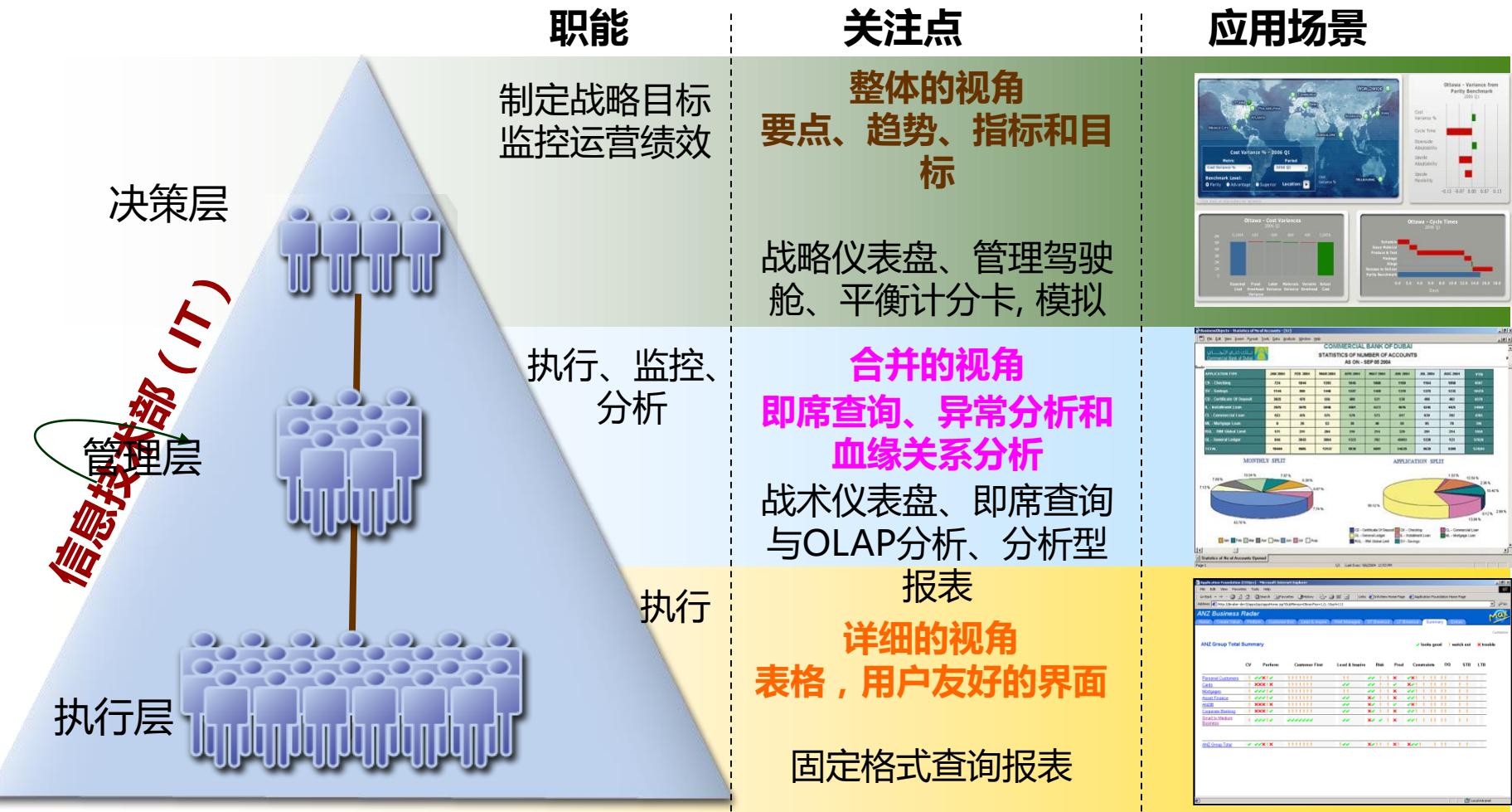
分析技术平台支持 商务分析平台总体架构



满足企业中不同用户的需求

目标：固定报表自动化；查询分析自助化；决策分析可视化

所有的层次都和目标、度量、人和绩效连接在一起的



SAP 商务智能解决方案

一个套件，多个视角

创建互动体验

- 适时给用户提供所需信息
- 跟踪关键指标和汇总数据
- 创建参与体验，用户快速获取所需



报表与报告

仪表盘和应用

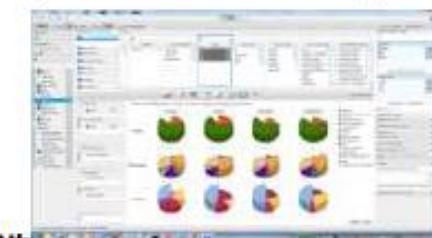
自助服务

BI 平台（移动BI）



发布信息

- 在组织架构中安全发布信息
- 与预制报表互动回答相关问题
- 创建格式报表，提高经营效率



发现、预测、创造

- 发现您的业务中需要优化的部分
- 根据业务需要，调整数据
- 借助数据可视化之美叙述业务故事

ProStrategy

Information On Demand

非常感谢!

张成杰

Tel : 15251847586

Email : cjzhang@prostrategy.cn

联系成策

地址：南京市光华路129-3号 南京理工大学科技园A2-509

电话：025-84811129； 传真：025-84811149

www.prostrategy.cn

