

鞋服品牌业务成长的挑战

面临中国市场的激烈竞争和经济环境的波动，品牌在着力扩张的同时也在努力提高核心竞争力，增强品牌建设、商品供应和消费需求的高度统一，力求为更多的消费者带来最前沿的品牌体验。

增强品牌商品管理和库存优化是此核心竞争力中的一个重要方面：

- 如何制定合理的年度商品生产和销售目标，最大程度上满足消费需求
- 如何根据地区销售趋势为代理商、直营店制定最佳的订货和销售计划
- 如何精确分析各地区商品销售信息及客户需求来有效指导订货决策
- 如何高效汇总各地区、渠道的订单需求，指导生产决策
- 如何统一管理直营零售店季中销售，根据地方销售特性优化门店库存结构
- 如何有效管理电商渠道的商品需求，优化网店库存结构

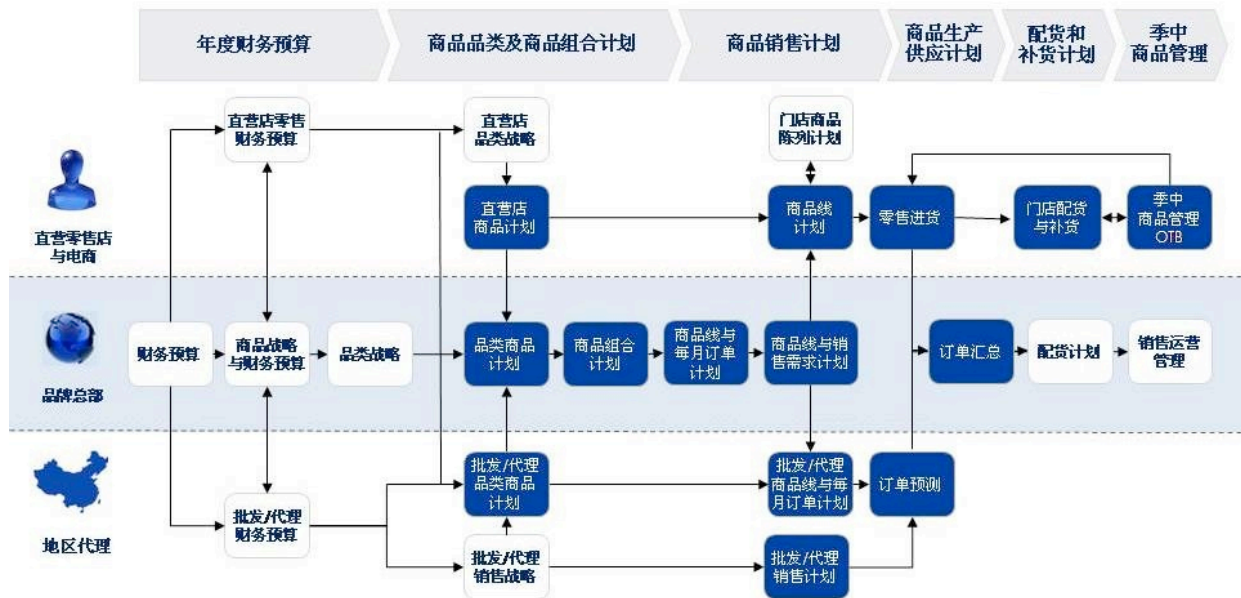
许多国际领先的鞋服品牌正在借助有效的信息解决方案来实现这些关键的战略转变。在企业资源管理系统（ERP）的基础之上，利用专业的商品管理和库存优化

方案来进一步精细地预测、管理和控制各产品线的销售和库存，系统化地指导各销售渠道的业务成长，成功促进整体销售额增长、降低库存风险，让商品战略更贴近消费需求，让企业运营更为高效和敏捷。

信息化商品管理驱动以消费需求为导向的库存优化

第七在线的多渠道商品管理和库存优化平台高效整合批发、零售及电商模式，深度分析各渠道、各地区的商品需，协助品牌商成功预测商品销售、高效制定商品计划、及时调整生产策略、精确优化库存结构，从根本上加快整个品牌对市场需求的反应。第七在线同世界顶级品牌合作十多年，平台可灵活地支持以品牌、客户或地区需求为主导的各种商品管理模式。

不同于一般仅以零售为主的方案，第七在线全面覆盖批发、零售以及电子商务。为多渠道运营的品牌带来前所未有的计划管理和优化能力，帮助管理层全盘纵览各渠道、各地区的商品需求，精细化分析销售机会，更能借助方案内置的销售预测和动态商业智能（BI）来指导关键的商品生产和库存决策，从战略高度推进整个品牌的优质成长。



第七在线方案支持

第七在线的平台式解决方案全面支持鞋服品牌的批发代理、直营零售与电子商务业务。各渠道的运营信息在第七在线得到全面汇总，总部可以随时随地全盘纵览商品需求与库存水平。方案可以深入分析每个具体渠道或地区的业务，以此来大规模、精细化地制定年度商品计划、各地区销售计划，实现及时季中库存管理、零售配货等环环相扣的管理流程。

批发商品管理和库存优化

提高批发环节对市场需求的反应能力是品牌成功降低库存、增长利润的一个关键。品牌必须能高效制定最合理的年度商品计划，利用统一的流程和信息平台对每季订货会进行高效地规划，并在订货时充分地支持和引导客户，从而提高整个品牌同市场的同步性，提高品牌盈利性。

第七在线的批发商品管理和库存优化方案融合世界领先品牌的管理经验，提供标准化的商品计划和订货管理平台。品牌商和代理商客户可以利用同一个平台进行下一季商品大类计划和选品计划。品牌更可以通过深度的客户合作来提前掌握市场需求，及时调整销售和生​​产决策。方案主要特色：

- 全线支持品牌商和客户制定季前商品品类计划，提前掌握各地区客户的商品策略和需求
- 利用内置BI深度分析商品款式和历史销售，在订货会前为各地客户圈定最佳货品款式组合
- 品牌总部与地区事业部/经销商可在订货会前比较销售目标与地区销售预测、大客户选样结果以及订单初稿，提早得到市场回馈
- 品牌可随时对订单初稿进行汇总和分析，及时调整产品策略和生产计划
- 所有取消或者新增的款式都在系统内自动更新并注明，确保了各方信息统一，大大提高订单的有效性
- 高效收集和整合所有确认订单，直接转换成生产订单，极大提高了订单处理效率和准确性
- 季后分析与评估销售目标、商品计划与实际销售状况，提高未来计划的准确性

直营零售商品管理和库存优化

随着品牌直营零售店的规模增长，运营管理的信​​息量也成倍增长。如何快速分析判断商品销售的潮流和趋势并指导库存决策是零售运营成败的关键。同时，成功的规模化运营更需要精细化的商品计划和管理，这样才能充分挖掘各个门店的销售潜能，优化门店库存结构，以此实质性地提高整个零售系统的利润率。

我们的零售方案专为规模化经营的鞋服品牌所打造。方案主要特色：

- 标准化管理所有门店的商品品类计划、OTB季中商品管理和门店商品组合计划
- 利用内置销售预测算法辅助品类、单品和门店一级的销售预测，精细化挖掘门店销售潜力
- 内置BI为管理层和业务用户提供随时随地多角度业务分析，指导快速准确的进销存决策，降低库存和资金风险

电子商务商品管理和库存优化

在品牌多渠道运营的战略中，电子商务也扮演着日益重要的角色。如何调整和布局品牌网店的商品供应同品牌的批发和零售战略息息相关。成功的电商运营需要系统的商品大类计划、商品组合/进货计划和及时的季中销售管理。

目前，大部分品牌仅只将电子商务作为一个实体零售店来管理和计划，然而，电商作为一个专门的销售渠道更有诸多有别于实体零售店的经营特点。我们的电子商务方案专注于商品管理和库存优化，旨在深入挖掘电商渠道的销售潜力、降低库存：

- 利用每日OTB提高对大量商品销售和库存的及时分析，以此来快速预见商机、降低风险
- 专设电商专有的KPI，深度计划、分析和跟踪商品页面布局同销售业绩的相关性，优化商品结构
- 电商渠道商品需求可通过整体方案平台汇总，提高电商和其它销售渠道的战略互补

提高商品正价售罄率（最高达5%）

提高库存周转率（1-3倍）

减少销售折扣（最高达30%）

大幅减少人工误差，提高工作效率

脱身繁琐数据整理，用更多的时间做分析和决策

为何选择第七在线

极具行业特色: 自创始而专注鞋服饰品行业,

方案平台极富行业特性

覆盖批发、零售、电商渠道: 提供独一无二的

全局管理视角和信息汇总能力

精细化分析管理: 可细化至单店、单品进行销售预测和计划

独有内置BI: 专为业务用户打造的多维分析报表模块, 无需额外购买

全球客户经验: 融会欧美和亚洲大型品牌和零售客户的成功运营经验

灵活的实施方式和技术经验: 云计算或安装软件; 十多年云计算技术和客服经验

快速的实施: 降低总拥有成本, 创造显著投资回报率

Calvin Klein



MICHAEL KORS



patagonia®



NINE WEST



NAUTICA



EQ:IQ



STUART
WEITZMAN



关于第七在线

第七在线 (7thonline) 专为快速成长的全球零售企业、大型时尚品牌和电子商务企业提供最具价值的精细化商品管理解决方案。

公司于1999年由三名留美中国研究生联手美国顶级品牌和零售企业高管创立于纽约, 在曼哈顿素有“时尚之街”之称的第七大道和行业地标“服装区”(Garment District) 建立最初的办公室。时至今日, 第七在线已经拥有为零售、品牌和电商渠道打造的整套商品计划和优化管理平台。这套方案以其行业特性、内置BI和极其友好的用户界面迅速被欧美和亚洲主要鞋服品牌和零售商所采用, 帮助他们在业务成长的同时轻松驾驭日益增长的零售数据和日趋复杂的运营流程, 成功利用精细化、智能化的商品管理来快速预见货品商机、调整销售决策、控制过剩库存, 从而稳步提高整个企业的盈利能力, 在激烈的市场竞争中以信息化的管理致胜。

第七在线拥有精深的行业知识和专业的国际团队, 在为客户带来高品质解决方案的同时着重分享零售行业最佳商品管理和运营经验。我们在上海、武汉和台湾设有营运、研发和客服中心, 会同纽约总部一起为全球客户提供高水准、人性化的技术和管理服务。