

# 埃森哲新零售全渠道 中台解决方案



---

零售变革不是一个新话题，但却从来未显得如此之紧迫。互联网巨头正在高歌猛进，市场上各种技术应用和创新尝试眼花缭乱，大多数零售企业还不得不面对捉襟见肘的财务预算。从前端的客户体验到后端的零售运营，“数字化”“智能化”应该如何落地？在风起云涌的中国新零售环境下，企业此刻更需要沉着冷静，保持独立思考。

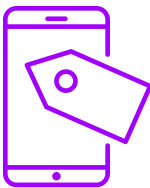
---

# 五大新零售趋势



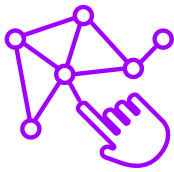
## 智能一切，购物新入口

手机是消费者数字生活的中心，但这一切正在悄悄发生改变。智能设备制造企业和零售商正在试图改变消费者，尤其年轻一代的手机使用习惯。



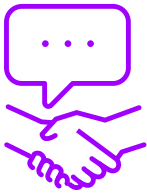
## 门店即手机

在新一轮零售升级中，最大的改变将来自门店的智能化。除了日渐成为标配的人脸识别，店内导航，未来店内还将搭载更多的人工智能技术，如智能购物车，动态货架和智能商品识别。被数字和智能技术武装的门店，在提供传统感官体验的同时，更像一部手机里的网上商城。



## 智慧供应链

人工智能对零售业的改变正在从前端客户交互延伸到后端的技术设施。深度加载智能硬件、大数据，人工智能的供应链将推动零售系统向互联化，自动化，智能化，可塑化的进一步发展，并支持企业提供更好的客户体验，提升运营效率，裂变出新的运营思路和模式。



## 服务延伸重新定义零售

领先的零售企业以产品为载体，数据为媒介，正在从销售产品转向更多考虑产品使用价值的最大化，转向从满足客户可见需求到发现客户潜在需求，并从中发现商机。从产品到服务，从销售到全生命周期关怀，零售商的服务边界不断延伸，服务经济，个性经济等新的零售模式将彻底改写零售的概念。



## 整合零售，经济共同体

在数据融合和万物互联的世界，客户，产品/服务，企业，行业，生态圈的边界正在消失。从一家独大到合作共赢生态圈将上下游包括品牌商、渠道商、零售商以及其他的合作伙伴的所有数据共享，将组织边界、业务边界和流程/产品边界打通，向着自助化、智能化发展，形成全新的商业基础设施，与消费者产生全新的链接和互动。

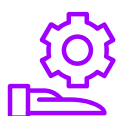
# 应对这些新趋势消费者的预期在逐步提升，他们渴望获得消费体验的一致性：



**“无时无刻”**：不仅仅满足于对碎片时间的充分利用，而是期望在琐碎的时间内享受到更专业、更精准的服务



**“无处不在”**：不仅仅受制于独立的实体门店或电商网站，而是期望在各个渠道间享受到一致的购物体验



**“无所不用”**：不仅仅局限于常规的营销手段和检索方式，而是期望以习惯的方式独立自主的完成购物决策

面对这些诉求，零售企业就不能“只顾前台”，将大部分资金投向那些能够直接接触到消费者的前端技术，例如会员体系的建设和门店经营等。企业需要重塑那些看似与消费者触点无关或弱相关，但其实与消费者利益息息相关的中后台技术——如支付、物流、库存管理等。据埃森哲研究发现，中国零售企业在提供各门店库存信息和缺货产品的预订功能这两项指标上远远落后于全球（只有4%）。企业只有通过进一步融合、拓宽已有或新生渠道，对“以消费者体验为中心”的新零售新模式进行通盘考量，方能决胜未来零售的战场。



# 三大思考



如何整合企业资源，快速接入新生渠道并适应消费者习惯，是企业进一步**推广**的核心诉求



如何系统化地沉淀非自有渠道的销售数据、客户数据等，是企业未来**大数据营销**的重要基石



如何融合线上线下渠道，进一步发掘消费者的购物潜能，是企业提升**销售业绩**的关键落脚点

# 业务架构总体描述

多渠道电商解决方案是一款基于互联网技术架构的，为企业提供多渠道电子商务建设的一体化服务，包含多渠道订单履约流程、多渠道主数据管理方案、统一的客户服务等、同时集成仓储、物流、支付等环节，轻量级的、组件化的电商解决方案。

## 架构优势



多渠道商品、价格、库存的**统一管理**，合理节约运营成本



特性化中间层业务支持，支持多渠道终端的**快速接入**



不同渠道订单的高效流转，统一管理各渠道**订单履约流程**



**电商财务**的深度集成，提供完整的OTC流程

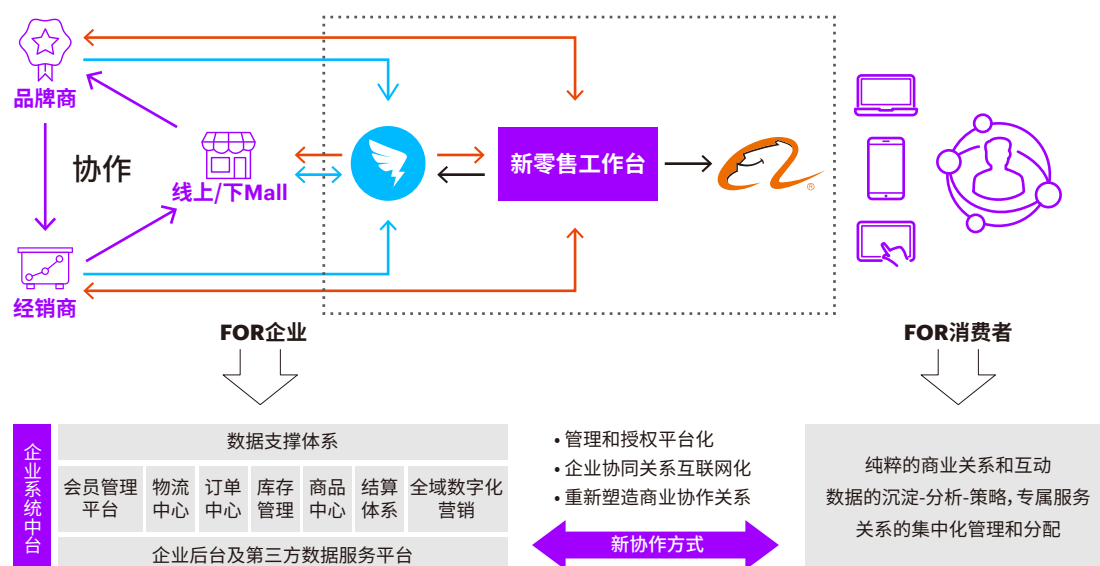


关键节点的**业务监控**，运维可第一时间干预异常数据



多个项目实践资源积累，可按**需定制**开发，组件化扩展定制业务

# 新零售重构商业协作关系

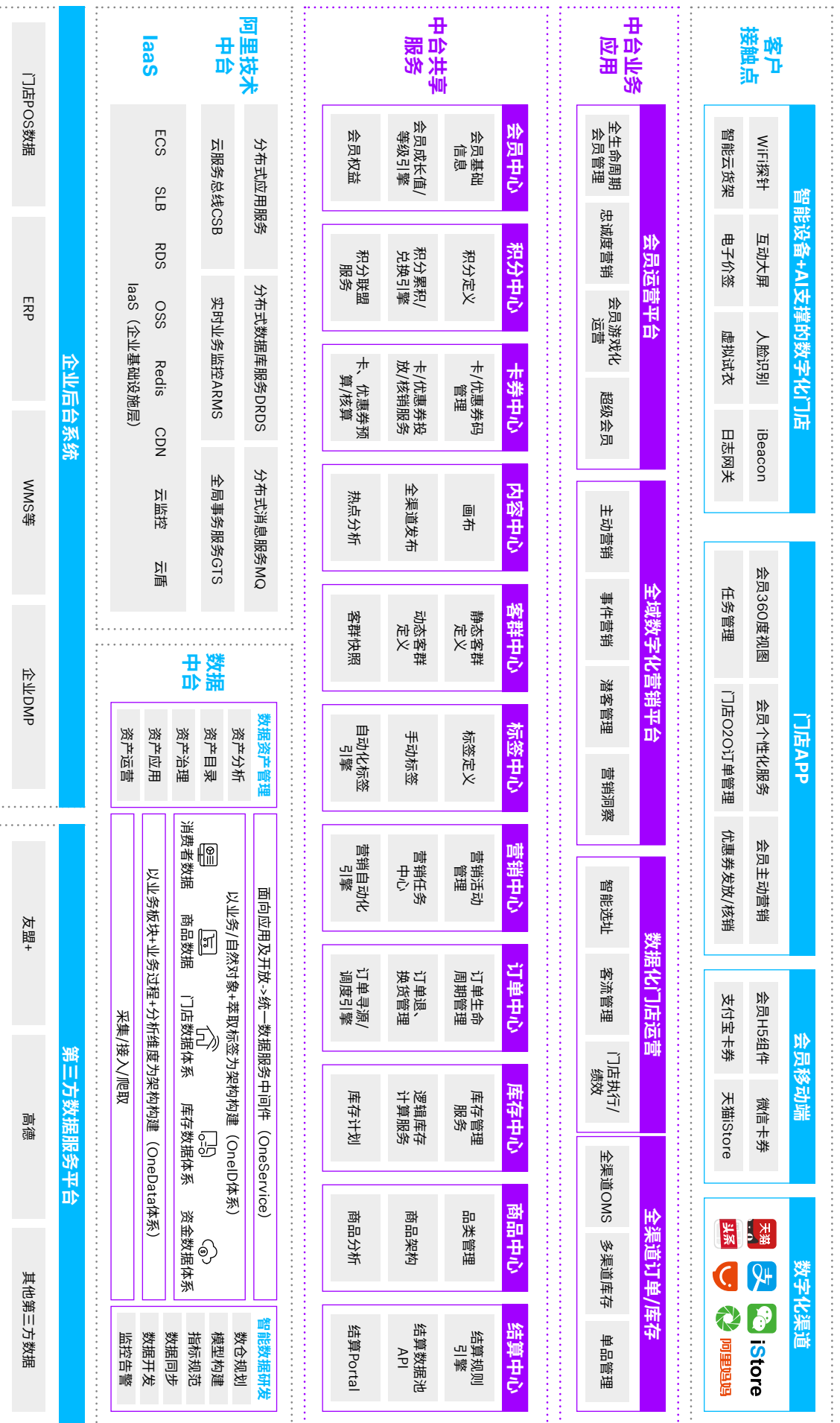


埃森哲新零售建设方案打通线上和线下, 实现了线上/下卖场和人、货的融合, 通过“新零售工作台”把最终触达消费者的店铺、卖场、线上/下商铺统一管理, 品牌商、经销商、渠道等各供应上下游合作伙伴通过钉钉的“作战指挥室”监控和查看实体和电商商铺经营情况, 以便于更好的对资源进行协调和再分配, 更大的发挥整个“命运共同体”的价值, 把商业价值最大化。

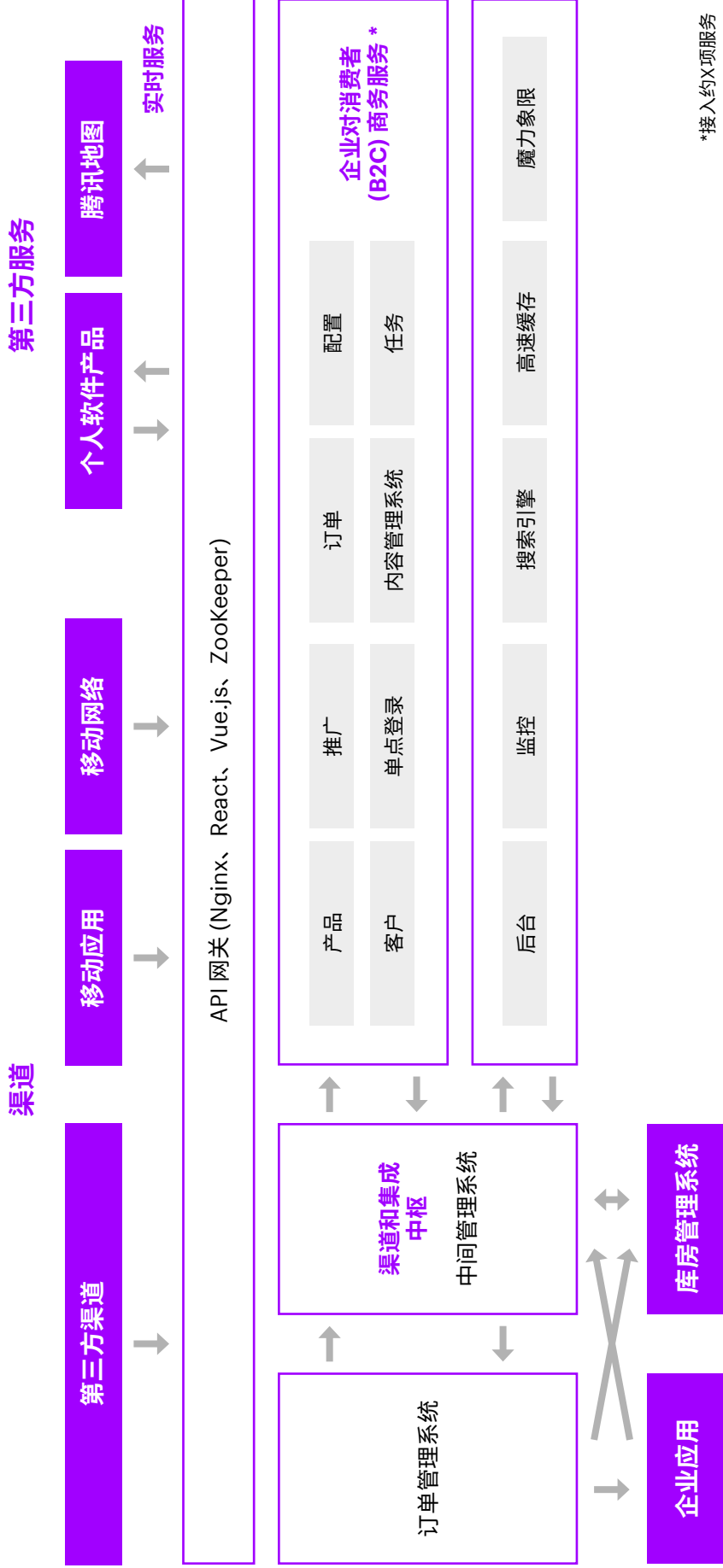
钉钉平台通过组织在线、沟通在线、协同在线、业务在线和生态在线“五个在线”互联各方合作伙伴, 重构了商业协作关系, 各方在同一套商业协作架构下进行协同管理业务。

再次, 钉钉通过新零售工作台打通手淘, 实现了B端直接和C端进行对接, 通过导购助手形成获客->会员转化和管理->消费者画像->精准营销->消费和结算->数据传输至中台核算->大数据分析->数据支撑和决策->指导运营的商业的全域管理。

# 新零售全渠道中台应用架构图



# 高阶系统架构



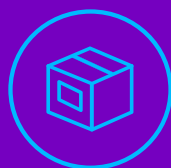


## 核心功能



### 商品管理

- 多渠道商品统一管理
- 商品信息扩充
- 支持变量商品
- 产品数据富集
- 多渠道产品管理
- 基础及多样产品



### 订单管理

- 订单捕获、寻源和履约流程
- 订单拆分逻辑
- 订单取消、退货、退款流程
- 跨境业务模式订单流程
- 订单俘获、执行及路线安排
- 基于拆分规则的订单拆分
- 订单取消、退货及退款
- 支持跨境交易



### 内容管理

- 可灵活配置的自有渠道页面
- 支持移动网络及应用渠道的可配置内容网页管理



### 库存管理

- 多渠道库存分配逻辑
- 已嵌入多个仓库的集成方案
- 多渠道库存管理
- 已与若干仓库管理系统 (WMS) 集成



### 价格、促销管理

- 多渠道价格统一管理
- 自有渠道多种类型促销的支持
- 成熟的促销摊分解决方案
- 多渠道产品价格管理
- 丰富多样的推广形式 (产品层面、订单层面、捆绑销售、代金券等)
- 折扣分摊



### 财务对账

- 销售凭证的同步
- 回款记录的同步
- 每日交易数据同步至ERP
- 回款同步至ERP

# 方案业务场景



## 卡券中心

卡券中心的目标是要适配各行业不同的营促销场景，支持传统的纸质优惠券到新兴的电子优惠券，从传统的实体储值卡到方便快捷的电子储值卡（电子钱包）管理，致力成为领先的卡券促销执行解决方案。

### 对应解决的技术问题

#### 1. 产品架构:

- a) 将卡券与其规则定义分开管理，统一的卡券资源池，管理卡券基本信息与扩展属性。
- b) 根据每次活动方案，独立定义卡券活动与规则，并分配合适的资源。获取适量的卡券数量，并与活动进行关联，既实现对单次活动的完美支撑，又节省卡券资源。
- c) 建立和提供标准的第三方服务API，对接线上线下不同的前端触点，包括门店POS，微信、手机淘宝等，丰富卡券活动场景。
- d) 本产品目前已满足家居行业通行的卡券玩法，通过复杂的计算模型，支撑卡券发放、使用、退券、回收这些在家居行业独有的业务场景。

**2. 纸质优惠券:** 统一管理纸券编码，管理纸券实物的库存数量，从源头屏蔽错发，乱发，错收，乱收的问题。

**3. 电子优惠券:** 弱化券码的业务含义，通过电子优惠券与会员绑定，实现对会员自动化发券和用券的建议，提高收银效率，提升客户满意度。

**4. 实体储值卡:** 支持常规的储值活动与储值增值活动。

**5. 电子储值卡:** 会员账户关联电子储值卡，未来扩展和融合电子钱包功能。

**6. 电子礼卡:** 作为对储值卡的扩充，电子礼卡在能实现储值、赠送、售卖的基础上，满足企业财务精细化管理的要求，为各种营促销效益提供不同维度的数据支撑。

**7. 系统配置:** 实现账号、权限可配置管理。

## 方案价值

1. 统一卡券编码管理, 加强信息管理力度, 为规范卡券业务提供信息基础。
2. 灵活的框架, 支撑前端不同业务场景, 满足未来新业态扩充的需求。
3. 根据不同业态设计多种正向、逆向的卡券业务计算模型, 满足多业态的卡券业务, 更好的支撑各业态营促销落地。
4. 支持自助领券与自动发券, 减少人工操作步骤, 降低出错率, 节省人力成本, 提高业务效率。

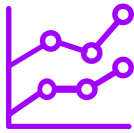


## 对应解决的技术问题

1. 跨业态对会员进行统一管理, 形成客户360度视图。
2. 支持会员注册、会员资料更新、会员状态管理, 提供统一的会员信息查询功能。
3. 支持各业态根据自身情况设定会员等级和升级策略, 系统支持灵活设置会员升级、保级、会员权益功能。
4. 建立“央行”式的积分整合平台, 实现积分通存通兑, 支持积分获取规则、积分有效期、积分现金价值、积分转赠规则、积分奖励规则设置, 支持积分兑换场景。

## 方案价值

1. 建立统一会员管理体系, 实现会员资源企业化共享, 使会员能得到企业整体的支持与服务, 提升用户的满意度, 提高企业核心竞争力。
2. 统一各业态的等级定义规则, 利用会员升降级作为重新激活会员活性的手段, 提高活跃会员的比例。会员享有的等级权益, 能够有利于提升会员的购物体验 and 购买频次。
3. 采取统一的积分价值体系, 各业态根据需要设定积分获取比例, 集团统一制定积分价值, 向会员提供统一的积分视图, 以提升会员使用体验。会员使用积分进行兑换, 增加会员对企业的粘度和忠诚度。



# 营销中心

## 对应解决的技术问题

1. 支持多渠道会员招募、精准营销以及营销活动的闭环管理。
2. 支持不同组织层级发起营销活动，完善活动方案、预算提报、审批、配置活动规则、提报活动费用、营销分析。
3. 针对营销活动开展，需要相关预算、资源支持，包括年度预算、营销资源管理、推广渠道管理、赠品信息、目标客户筛选。

## 方案价值

1. 多渠道会员招募，实现会员数量快速增长，为会员营销提供支持。
2. 通过客户细分筛选精准投放资源，提高营销转化率，提升营销效果，规范精准营销流程。
3. 活动结束后，对营销活动进行效果分析和有效管理，同时活动涉及优惠券的发放、使用可全程可视。
4. 在系统中对年度预算使用情况、营销相关资源情况进行整体管理，有效支撑营销活动的顺利开展，及活动费用的统计分析。





## 订单中心

### 对应解决的技术问题

1. 建立订单中心, 根据消费者集成各业态订单, 实现订单统一管理与追踪。
2. 建立灵活的库存共享实例。
  - a) 渠道可卖库存= (总库存现货-总预留库存) ×渠道分配比例。
  - b) 总预留库存=执行中订单库存 (包括未扣减库存的所有订单状态占用库存)。
  - c) MMS Redis数据库通过抓取数据实时计算。
  - d) 渠道比例及公式可根据实际需要定制。

### 方案价值

1. 提升客户人员和数据分析人员工作效率。
2. 提供更好的服务体验, 可支撑未来消费者自主查询。
3. 基于消费者的订单查询功能, 为后续360度用户视图、大数据分析提供了可能。
4. 灵活配置全渠道库存共享, 系统自动监控并预警。
5. 充分支持线上促销规则复杂性, 解决购物车订单计算效率。



## 服务中心

### 对应解决的技术问题

1. 建立多渠道一体化的三级服务中心，支持微信、电话、网站、在线客服、门店多渠道接入，客户可以便捷的获取服务。
2. 打通各平台系统（CRM、商户Portal、主数据、钉钉、大数据等），并搭建知识库。

### 方案价值

1. 多渠道一体化的服务中心，为客服人员提供客户信息全景视图，有效提升服务水平、服务效率，规范了售后服务管理的流程，服务全过程的可追溯。
2. 支持客户多服务渠道接入获取服务，在线客服快速响应客户需求，从而提升了客户体验和满意度。

# 居然之家

居然之家是以家居为主业，以家庭大消费为平台，业务范围涵盖室内设计和装修、家具建材销售、商业会展、跨境电商、儿童娱乐、体育健身、数码智能、居家养老、城市综合体开发等领域的大型商业连锁集团企业。这些年，伴随着整个行业的消费升级，新技术在具体业务场景应用的日趋成熟，新零售将以更加无边界的形态渗透到消费者生活的方方面面。居然之家作为行业领头人，战略布局“三张网”，即实体店网络、智慧物流平台两张“地网”和一张“天网”——“居然设计家”平台。在这样的背景下，居然之家选择了埃森哲与其携手共进，端到端跨业态的共建智汇家运营平台。

在与居然之家的合作中，埃森哲为居然之家带来了先进的数字化运营、大数据、微服务技术架构、标准化财务体系等能力和咨询服务。旨在从高效、精准、温度、融合、信任的五个方向重塑居然的业务和技术平台。通过与居然团队的深度融合，目前已经成功构建了新零售前中后台三层架构，从业务、技术解耦的服务体系，特别是为居然构建了中台运营中心，包括会员中心、营销中心、卡券中心、订单中心、服务中心。利用钉钉进行组织在线、运营在线、管理在线、决策在线升级。构建微信企业服务平台，增强客户服务体感。全面协助居然之家从传统的物业出租型向产品加服务、虚实结合、跨业结合、云服务的数字化企业管理转型。

埃森哲还将与居然之家共商如何构建大数据驱动的高效运营、充分融合并提供商业赋能的新企业价值内涵和社会责任。埃森哲将继续集合全球行业经验的优势，在数据湖、区块链、IOT、图像识别、智能物流等领域与居然之家深度合作，携手居然之家一起共创未来，引领行业。

## 联系人

### 许佑宏

埃森哲大中华区零售业主管董事总经理  
yew.hong.koh@accenture.com

### 李民

埃森哲大中华区信息技术董事总经理  
min.a.li@accenture.com

## 关于埃森哲

埃森哲公司注册成立于爱尔兰，是一家全球领先的专业服务公司，为客户提供战略、咨询、数字、技术和运营服务及解决方案。我们立足商业与技术的前沿，业务涵盖40多个行业，以及企业日常运营部门的各个职能。凭借独特的业内经验与专业技能，以及翘楚全球的交付网络，我们帮助客户提升绩效，并为利益相关方持续创造价值。埃森哲是《财富》全球500强企业之一，目前拥有约44.9万名员工，服务于120多个国家的客户。我们致力驱动创新，从而改善人们工作和生活方式。

埃森哲在大中华区开展业务30年，拥有一支约1.5万人的员工队伍，分布于多个城市，包括北京、上海、大连、成都、广州、深圳、香港和台北。作为可信赖的数字化转型卓越伙伴，我们正在更创新地参与商业和技术生态圈的建设，帮助中国企业和政府把握数字化力量，通过制定战略、优化流程、集成系统、部署云计算等实现转型，提升全球竞争力，从而立足中国、赢在全球。

详细信息，敬请访问埃森哲公司主页[www.accenture.com](http://www.accenture.com)以及埃森哲大中华区主页[www.accenture.cn](http://www.accenture.cn)。