Trade Promotion Management (TPM)

Optimaliseer de effectiviteit van uw promoties!

Winnen in het schap

Promotieuitgaven vormen een substantiële kostenpost op de winst- en verliesrekening van CPG bedrijven. Gemiddeld besteden zij 20% van hun totale omzet aan promotionele activiteiten. In het gevecht om te winnen in het schap blijven deze promotiebudgetten meestal, zelfs in tijden van recessie en toenemende margedruk, overeind. Wel worden er steeds hogere eisen gesteld aan de effectiviteit van de promoties. Is het rendement van de acties voldoende? Zijn de extra verkoopvolumes volgens verwachting? Hoe verhoudt deze actie zich ten opzichte van vergelijkbare promoties bij andere klanten of ten opzichte van andere typen promoties bij dezelfde klant? De beoordeling van promoties vindt plaats in termen van bijvoorbeeld incrementele verkopen, basis contributie per CE en ROI.

Verbeterde effectiviteit: pre- en post promotie analyses

Onze Trade Promotion Management oplossing geeft u het antwoord op bovenstaande vragen en verschaft inzicht in de effectiviteit van uw promoties.

Een krachtig hulpmiddel bij het vergroten van uw promotionele effectiviteit zijn de 'what-if' scenario-analyses die voorafgaand aan een promotie kunnen worden uitgevoerd. Hierbij wordt gebruik gemaakt van historie gegevens. Gerealiseerde resultaten van promoties uit het verleden worden gebruikt bij het voorspellen van de effecten van geplande promoties. Het rendement van verschillende opties kan zo eenvoudig worden gesimuleerd en vergeleken.

Daarnaast helpt onze TPM oplossing u om achteraf promoties te evalueren met ex-factory data in combinatie met externe data (AC-Nielsen & IRI). Wat waren de effecten op verkoopvolumes en winstgevendheid? Waren deze in lijn met de vooraf gestelde doelen? Wat betekenen deze resultaten voor de nog geplande activiteiten?

Meer accurate vraagvoorspelling: uplift- en dipeffecten van promoties als integraal onderdeel van Demand Planning

Door een TPM oplossing te koppelen aan uw Demand Management systeem, worden de verwachte volume-effecten van promoties correct weergegeven in uw vraagvoorspelling. Niet alleen de verwachte uplift voor de betreffende producten tijdens de looptijd van de promotie, maar ook de verwachte dip in de periode daarvoor of daarna (forward buying) of de kannibalisatie-effecten op vergelijkbare producten. Ook hiervoor wordt gebruik gemaakt van historische data in combinatie met AC-Nielsen / IRI data om deze effecten zichtbaar te maken. Hierdoor is er overeenstemming tussen uw demand planners, sales planners en financiële planners over de vraagvoorspelling: verbetert de betrouwbaarheid van uw voorspelling (wat de relatie met klanten uiteraard ook ten goede komt) en vermindert u de kans op out-of-stock situaties.

Verbeterde financiële resultaten: controle over uw TPM budgetten en bestedingen en 'closed loop' systeem voor afhandeling van kortingen

Onze TPM oplossing, geintegreerd met uw ERP systeem geeft u de mogelijkheid om de TPM budgetten overzichtelijk te beheren, en de grip op uw TPM uitgaven aanzienlijk verbeteren. Account teams definieren hun jaarplanen kunnen de promotievoorstellen en -bevestigingen naar klanten met één druk op de knop regelen. Managers kunnen op eenvoudige wijze geplande promoties goed- of afkeuren en hebben 'real-time' het totaaloverzicht van actuele uitgaven en aangegane verplichtingen ten opzichte van budgetten en ten opzichte van voorgaande periodes.

Integraal onderdeel van de TPM-oplossing is de koppeling aan uw ERP systeem (bijvoorbeeld de inkoop & financiele modules van uw ERP systeem), een gesloten proces voor aangegane klantverplichtingen. Verschillende kortingssoorten kunnen worden gekoppeld aan de promotie, zowel korting af factuur als korting achteraf. In één oogopslag is dan te zien of de klant aan de afgesproken condities heeft voldaan (bijvoorbeeld, minimaal aantal CE's). Ook maakt TPM een eenvoudige verrekening van promotionele facturen met andere openstaande posten mogelijk. Dit leidt tot verlaging van DSO en van het aantal disputen en heeft een positief effect op zowel uw werkkapitaal als uw klantrelaties.

PromoXL: krachtige functionaliteit, simpele inrichting

Goldfish ICT beschikt over een eigen TPM oplossing, Promo XL. Dit systeem herbergt alle bovengenoemde functionaliteiten en is eenvoudig in te richten en te integreren met uw ERP systeem, waaronder SAP, Movex en JD Edwards. Door onze specialisatie in de voedingsmiddelen- en farmaceutische industrie en focus op bepaalde, in deze markten veelgebruikte pakketten, zijn wij bovendien in staat om de interfaces naar ERP en Demand Management systemen in relatief korte tijd op te leveren en vallen implementatietijd en TCO vele procenten lager uit dan bij vergelijkbare oplossingen. Uiteraard zijn wij te allen tijde bereid, samen met u te kijken welke TPM oplossing het beste past bij uw wensen en uw systeemlandschap.

De voordelen van TPM

Een TPM oplossing biedt u de volgende voordelen:

- Beter afgewogen beslissingen over promotionele uitgaven;
- Verhoogde sell-in van klanten door grotere transparantie en analytische onderbouwing van promotionele acties;
- Consensus over de volume forecast tussen Demand Planning, Sales Planning en Finance;
- Verbeterde betrouwbaarheid van de vraagvoorspelling door het meenemen van promotionele effecten;
- Reductie van out of stock situaties;
- Inzicht in promotie budgetten en bestedingen met één druk op de knop (per key account, categorie, …);
- Overzichtelijke account plannen; workflows; promotiekalender;
- Eenvoudige afhandeling van kortingen, verbeterde DSO en minder disputen;
- Continue verbeterende & lerende sales & marketing organisatie.

Kennismaken?

Wilt u weten wat Goldfish voor u kan betekenen op het gebied van TPM? Of heeft u nog vragen? Neemt u dan contact op met:

Goldfish ICT Services
Steenweg 17b,
4181 AJ Waardenburg
0418 657020
mpothof@goldfish-ict.com
www.goldfish-ict.com