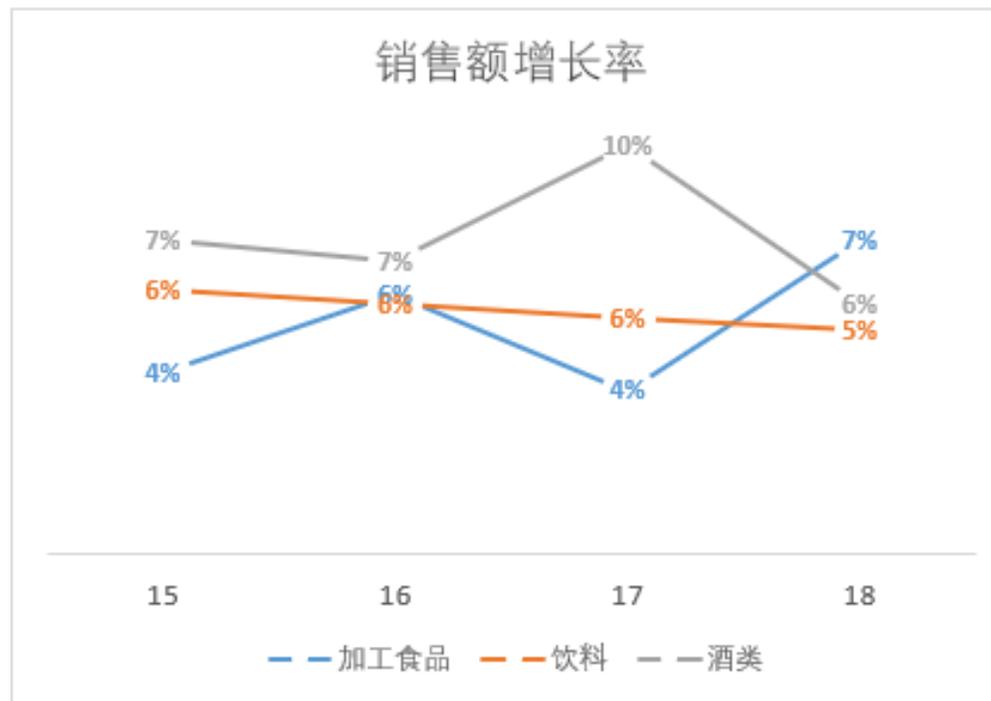
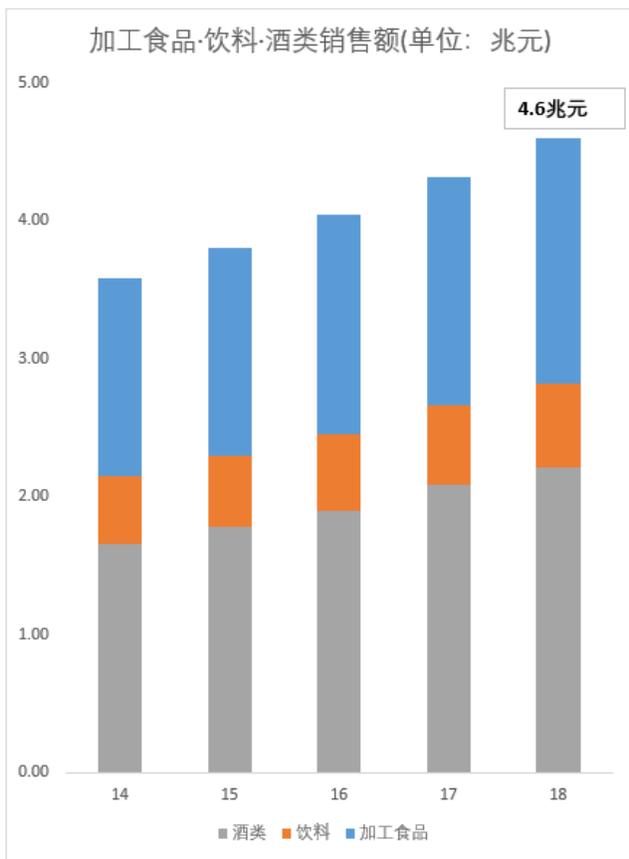


食品企业 数字化平台“一体化”

Cybozu 中国

食品行业动向-概况



18年的加工食品·饮料·酒类的全体销售额达到4.6兆元, 几乎是08年规模的2.3倍。增长率如右图所示。

食品行业动向-消费趋势的变化

健康食品
食品安全意识

- 坚果类市场，由于对心血管疾病的预防有显著效果的话题，市场增长速度飞快。
- 乳制品市场，生乳含油量少的乳饮料以及新鲜度会下降的常温牛乳需求减少。酸奶以及冷藏牛乳的消费量继续扩大。
- 食用油市场，橄榄油的增长速度最快。
- 肉类加工品市场，含有防腐剂的常温肉类加工品（火腿肠）的市场份额下降，而冷藏，冷冻肉类加工品的市场份额上升。

食品的多样化

- 调味料市场，西餐中用到的通心粉酱料，色拉酱的销售额居高。
- 芝士，通心粉，黄油，麦片等市场持续销售额持续上升。

高价格带的商品关注度增加

- 啤酒市场，精酿啤酒以及进口商品的销售业绩攀升。
- 方便面的消费量逐年减少，但是消费的平均单价上升。
- 饮用水，巧克力，饼干等市场，偏中高价格带商品的市场份额上升。

食品行业动向-渠道商的变化

	18年的食品销售额 (百亿元)	渠道构成比	2015~2018的 GAGR	成长性 今后的预测
超市	63	35%	4%	由于电商的火热，很多线下顾客流失，随着越来越多的门店开展生鲜和新零售业务，一部分企业的集客能力相应改善
个人经营店	45	25%	1%	今后可能还是维持低迷的经营状态。但是随着一部分店铺加盟【天猫小店】，集客能力有望提高
大型超市	31	17%	4%	价格竞争力和商品多样化的优势逐渐丢失，1线，2线城市为中心，客户数量逐渐减少
电商	20	11%	30%	维持高增长趋势，商品间的竞争也越发激烈
便利店	10	5%	16%	因为方便的特性，市场需求逐渐扩大，逐渐渗透整个市场

食品行业动向-策略

消费趋势变化应对策略

- 根据销售数据了解市场
- 定期开展相关活动
- 研发新产品
- 投入新的设备
-

消费渠道的变化的对应策略

- 物流体制完备
- 渠道商细化管理
- 业务用的商品强化
-

销售支援
系统
SFA

客户管理
系统
CRM

仓储管理
系统
WMS

生产
管理系统
MES

供应商管
理系统
SRM

...

BI 工具

**Point!****订单流程透明化&销售经验分享****情景①:**

- 销售市场订单是之前的2~3倍，从代理店过来的关于订单**进度的询问也大量的增加了**
- 是否付款，是否在运送中，销售无法把握每个订单的情况
 - 物流**什么时候可以发货**。
 - **各个代理店的价格是不一样的**，销售也容易搞混。
- 各据点的员工很难信息共享
 - 销售的**成功经验基本都不分享**
 - 各地区的试吃会和之后的反馈都无法共享出来
 - 有促销活动的事前的申请，但是没法把握之后**达到的效果和实际费用**



Point!

订单流程透明化&销售经验分享

上海味之素调味品有限公司

特色标签:

调味品

种类多

餐饮店

代加工厂

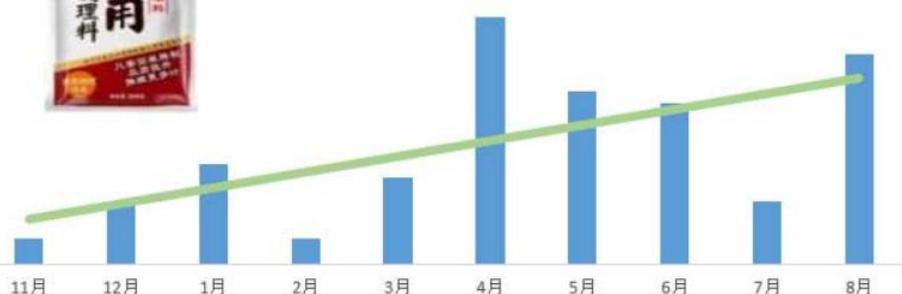
代理商

多分布

★努力的目标

- 订单的进度可以一目了然
- 成功和失败的经验可以大家共享，全员能够活动起来
- 促销活动的结果能够把握

肉用调味料採用企業件数



成功经验分享

产品名称	规格	19年4月 (箱)	19年5月 (箱)	19年6月 (箱)	19年7月 (箱)	19年8月 (箱)	19年9月 (箱)	19年10月 (箱)	19年11月 (箱)	19年12月 (箱)	20年1月 (箱)	20年2月 (箱)
干贝素(新)	1000G					12.00						

每月进货明细上传 每月进货明细上传 每月进货明细上传 2019年度每月进货明细上传

拜访记录一览表

拜访日期	拜访方式	业务担当	目的	客户接待人	主推产品 (可多个)	试吃试验	客户反馈及意向产品
2020-01-16	当面拜访	内容秘	开发新客户	张生	内容秘	否	了解客户库存情况并建议客户备货及离职说明
2020-01-09	当面拜访		开发新客户	张生		否	
2019-12-26	当面拜访		老客户推新品	张生		否	
2019-12-18	当面拜访		开发新客户	张生		否	
2019-12-09	当面拜访		开发新客户	张生		否	
2019-12-02	当面拜访		老客户推新品	张生		否	
2019-11-01	当面拜访		老客户推新品	张生		否	
2019-10-16	当面拜访		老客户推新品	张生		否	
2019-10-08	当面拜访		老客户推新品	张生		是	
2019-08-22	当面拜访		开发新客户	张生		否	
2019-08-19	当面拜访	开发新客户	张生	否			

关联自己的过往行动

开发成功过程分析-FABE应用 (必填)

分享自己的成功经验

通过二次拜访 (东横副食) 邀请店员拜访该公司研发部门负责人, 介绍十以内的特色开发样品, 在内部讨论后通过实验后, 最终风味得到客户认可, 首次进货2件并分发到每个分店, 全部分店一致认可二次进货10件, 预计月使用量5件。

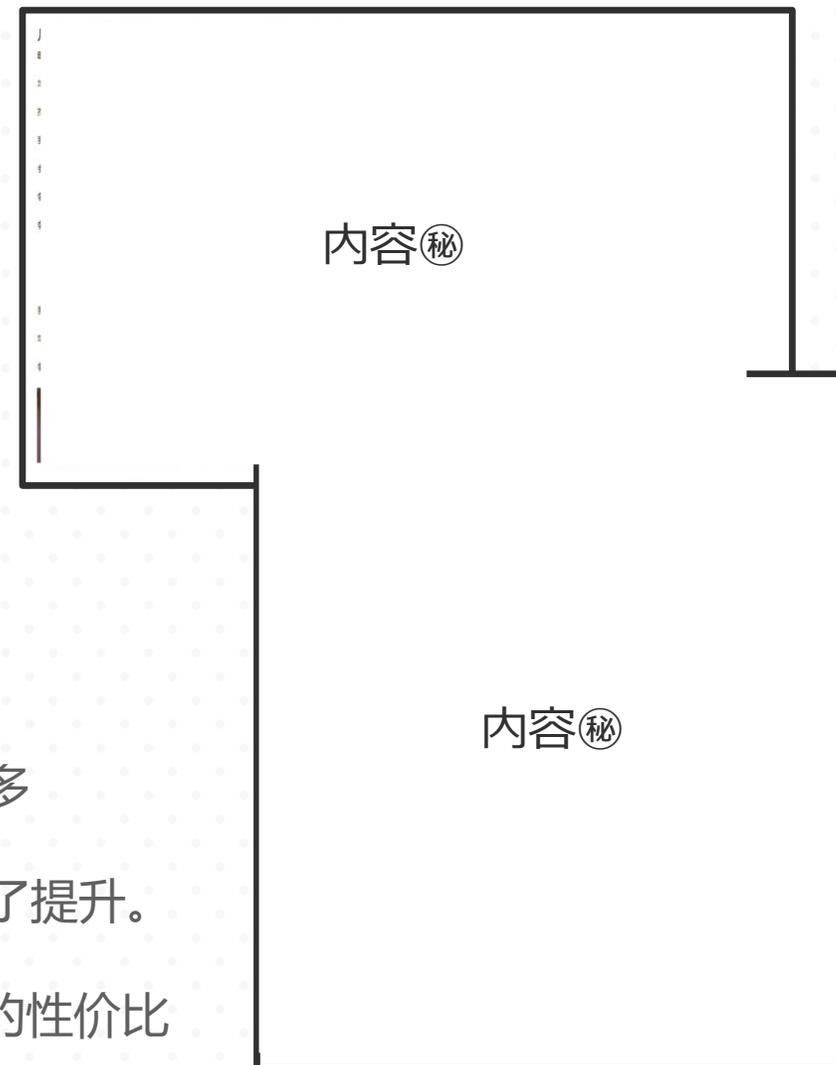
附件: (提案资料1) 附件: (提案资料2) 附件: (提案资料3)

成功关键点 -> 自我评价 -> 上司评价 -> 奖金关联

MVP评选

MVP是否本月提报	MVP提报日期	MVP级别-自评	MVP级别-上司评价	MVP级别-企划科确认	MVP级别-区长/总监确认
是	2019-08-28	MVP-A	MVP-A	MVP-A	MVP-A

试吃会&促销活动的现场照片



- 订单的状况所有人都可以掌握，交货也比以前快了很多
- 成功经验在各个区域得到了活用，使销售的效率得到了提升。
- 掌握了试吃会&促销活动的结果，可以判断本地活动的性价比

上海味之素调味品有限公司

客户管理 · 订单管理 · 销售管理

- 根据客户，经销售管理产品价格体系
- 按照客户经销商分类管理订单
- 对接财务系统
- 营业费用预算管理
- 销售业绩管理
- 销售之间经验分享

促销活动的管理

- 活动经费管理
- 宣传效果与实绩的对应比较
- 活动申请

产品管理

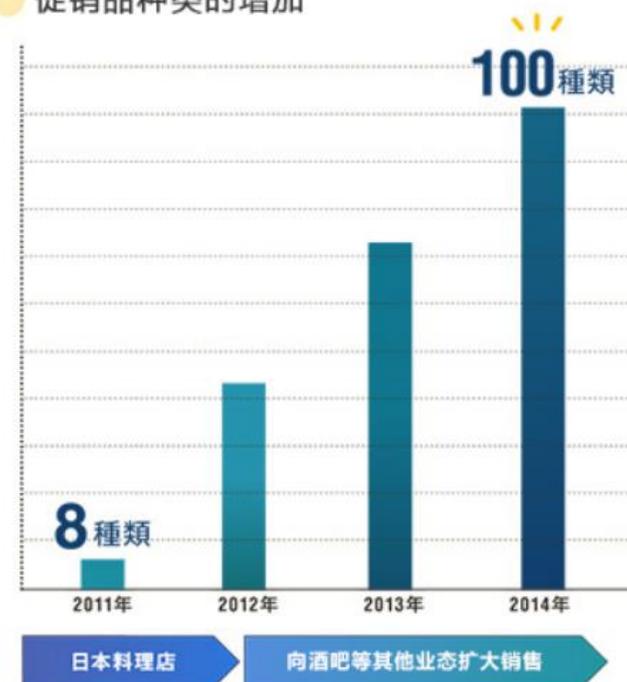
- 根据不同类型客户，规格的管理
- 产品品类管理

**Point!****不同公司间让业务更加效率化的促销品管理系统****情景②:**

随着中国事业的扩大、
啤酒杯等促销品的种类大幅增加，送货业
务需要加强管理

- 没有专门的为各餐饮店配送促销品的系统，都是通过邮件，电话等手段进行联系。
- 促销品的库存管理和配送都是委托星崎电机，雅玛多物流来处理

- 不仅耗费时间，也容易产生错误
- 对于餐饮店来说，也不清楚到底由谁送了多少的货物

促销品种类的增加



Point!

不同公司间让业务更加效率化的促销品管理系统

朝日啤酒（中国）投资有限公司

特色标签:

生啤

酒吧

促销品

公司外协作

日料

生啤机

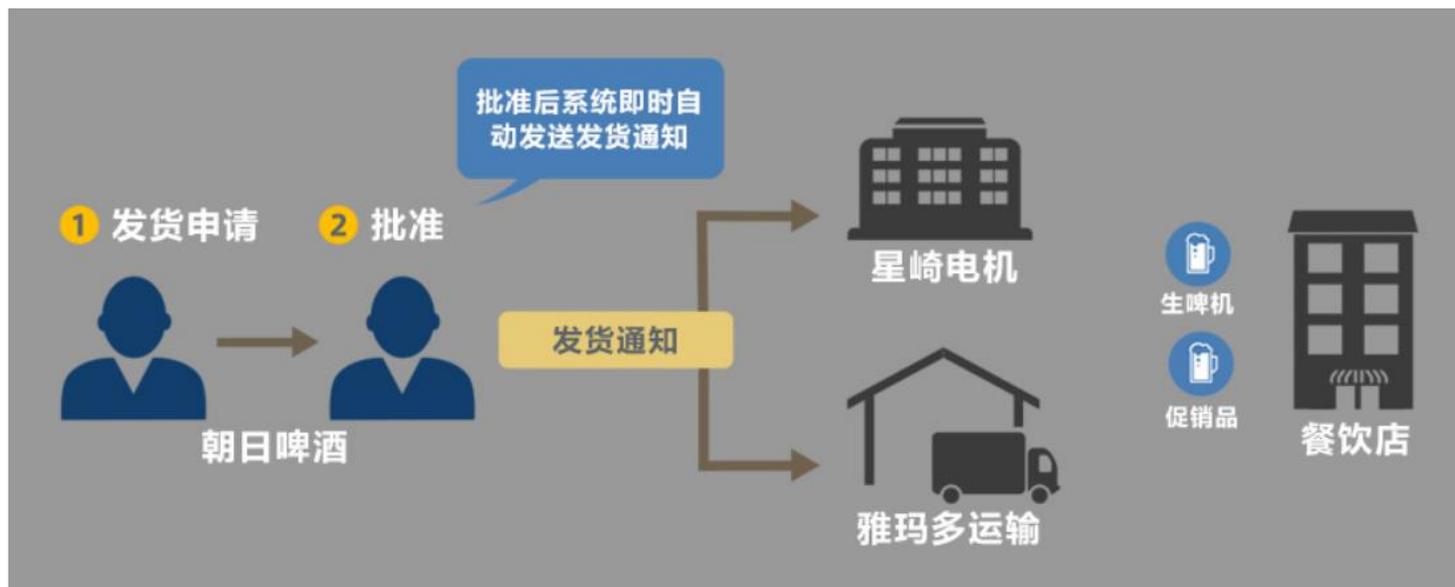
★努力的目标

- 促销品，赠品容易被ERP系统忽视的部分
- 公司资产不能轻易丢失
- 需要让配送公司也参与进来，让配送系统更加高效化

使用方式

因为不需要特别的说明书和长时间的学习，谁都可以快速上手，所以选中了kintone，来进行促销品系统的构建

- ▶ 本公司销售和促销品管理部门的员工，以及和我们合作的物流公司的员工一起使用



效果

- ▶ 负责促销品的配送的员工负担变轻了，配送的延迟以及错误也降低了很多
- ▶ 现场的销售，不管申请了什么促销品都能都及时把握，库存的情况也能一目了然，同时也提高了销售的成本意识

详细事例介绍

<https://www.cybozu.cn/casesinfo-4-7.html>

朝日啤酒（中国）投资有限公司

促销品管理

- 在库管理
- 出入库管理
- 和物流公司对接管理

资产管理

- 在库 · 出入库管理
- 物流公司管理
- 资产的出租回收管理
- 资产的安装记录
- 资产的一个位置管理

客户Master

- 经销商
- 店铺、卖场
- 促销品的数量
- 在售商品Master

客户管理 · 销售

- 经销商管理（预算 · 营销额）
- 卖场 · 店铺管理（预算 · 营销额）
- 销售行为管理
- 商机管理

活动管理

- 新的menu制作
- 活动申请
- 活动经费管理

其他

- 经费申请
- 人事相关等

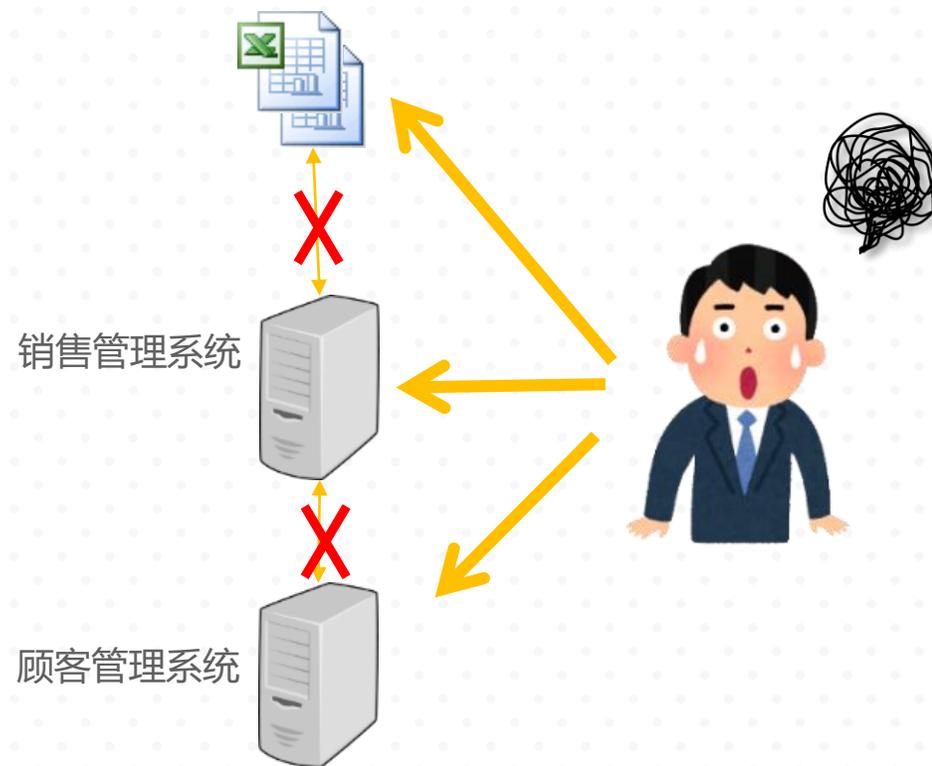
Point!

社内系统统合，信息集中化管理

情景③：

客户情报分散在各处，**数据的收集和利用**非常困难

- **既存系统有好多个**，不知道自己要找的数据在哪里
- 数据之间**没有关联性**，无法做战略分析。
- 销售基本都在外面跑，数据的整理都是由**专人负责**，负荷太高





Point!

社内系统统合, 信息集中化管理

好侍食品（中国）投资有限公司

特色标签:

咖喱

超市

系统多

员工意识

失败经验

成长



失败的故事

销售行动管理SFA,
切入点



负责人离开公司



员工意识降低



系统使用率低

使用方式

- 客户管理系统，订单系统，excel数据，人事系统都在kintone中进行数据管理和运用。
- 历史数据也导入到kintone系统中，业务关联数据全都在系统查找
- 数据的输入是销售的职责，为了制作订单，必须要先输入相关的基本数据



经销商信息

大区: 南方大区 | 管理区: 华东管理区 | 市: 上海

经销商所属: 直销经销商 | 是否直接取引: 是 | 经销商商流: 直营

名称: | 略称: | 地址: | 电话代码: | 电话号码: | 客户一般营业所名: | 客户一般担当者名: | 银行: | 银行账户: |

好侍食品 (中国) 投资有限公司 销售订单

客户单号: KT-202004-7 | SCM单号: | 订单生效中

客户名称: | 交货渠道: 直营渠道 | 经销商编号: 111002

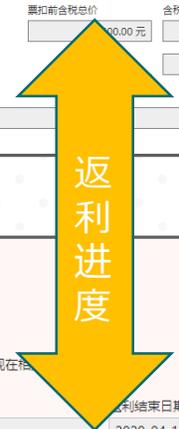
所属部门: 家庭用华东销售课 | SCM系统地址编号: 11100201

收货电话: | 联系人: 刘涛

订购内容如下:

商品名称	商品代码	商品规格	箱数	活动单价	含税单价	小计金额	票扣计算	票扣调整额	实际票扣金额	结算金额	结算单价	单项备注
202004-1	110201	90g*30盒	100	否		元	0.00元	0.00	0.00	21,000.00	210.00	4
	110101	100g*30盒	10	是		元	0.00元	0.00	0.00	1,500.00	150.00	1 45

订单最低成本总额: 17250.00元 | 订单总金额: 22500.00元 | 订单总箱数: 110箱



例如：订单的关联性

- ①经销商关联所有历史订单
- ②订单自动关联个别企划中的促销申请箱数
- ③经销商的返利可以实施掌控
- ④返利&最低折扣可限制

个别企划申请

申请编号: 202004-1 | 当前状态: 企划生效中

申请人: 测试家庭华东课 | 所属部门: 家庭用华东销售课

活动开始日期: 2020-04-02 10:55 | 活动结束日期: 2020-05-01 10:55

活动经销商: | 活动渠道备注: | 活动地区: | 活动方式: | 备注: |

产品名称	订单含税原单价	活动含税单价	活动箱数	已订购箱数	剩余箱数	含税成本	含税预计费用	费率
			300箱	0箱	300箱	222元		13
			150箱	0箱	300箱	222元		13

返利进度

记录编号: 18 | 经销商名称: 销售管理课 | 家庭用华东销售课

返利开始日期: 2020-04-07 | 返利结束日期: 2020-04-10

返利额度 (含税): 2000.00元 | 返利已使用额度 (含税): 0.00元 | 完成进度: 0.00% | 剩余返利额度 (含税): 2000.00元

备注1: | 备注2 (附件): |

好侍食品（中国）投资有限公司

产品管理

在库管理
出入库管理

经销商管理

终端客户管理
商场·餐饮

市场部推广
管理（含促销
活动）

订单管理

供应商管理

合同管理

财务对接

人事评价
人事管理

社内流程管理

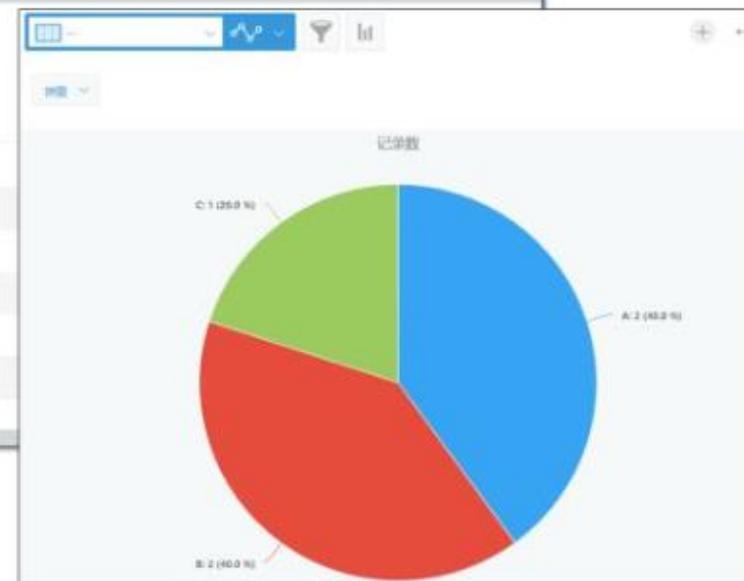
.....

平台一体化

kintone概况

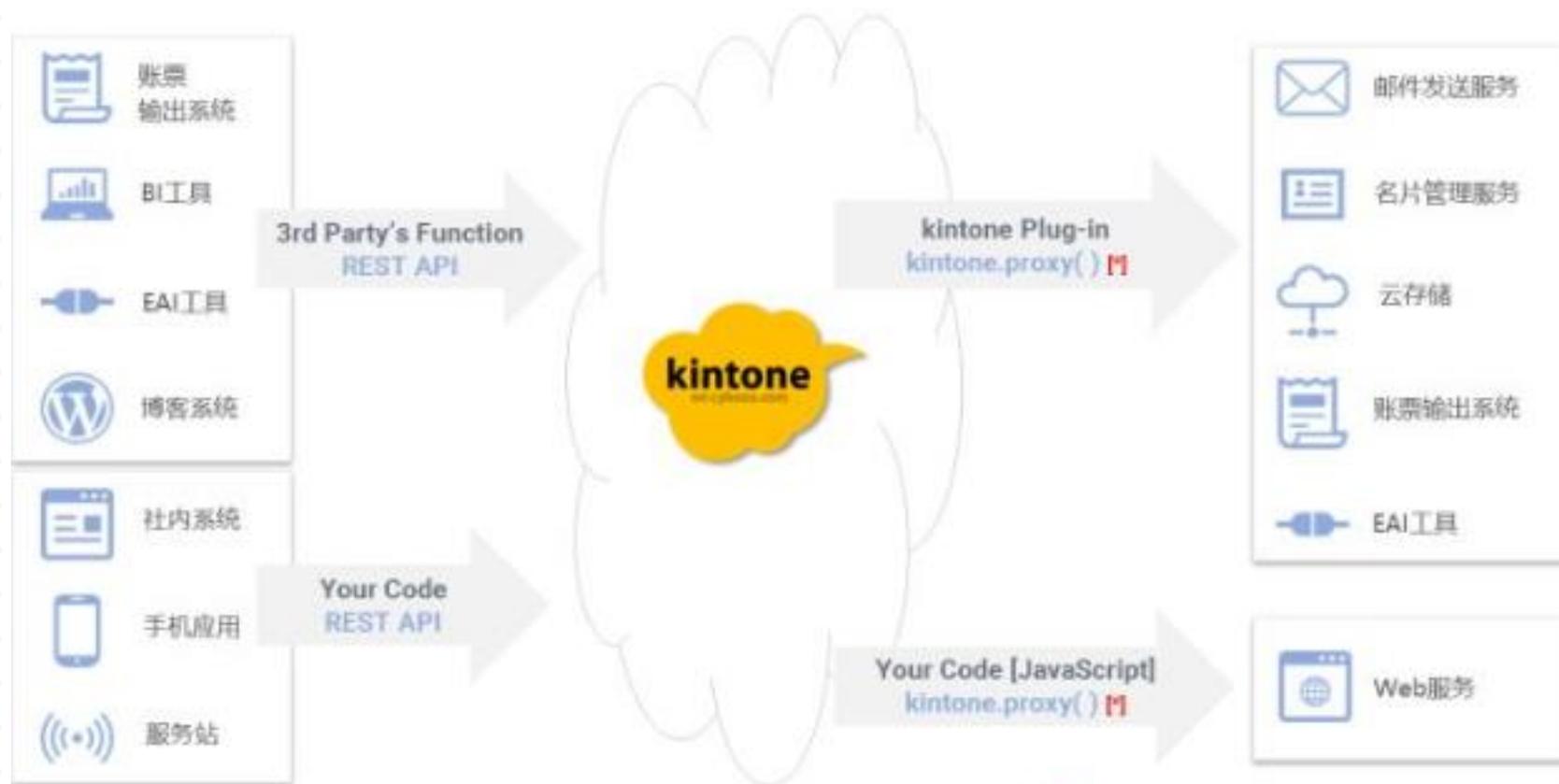


图表



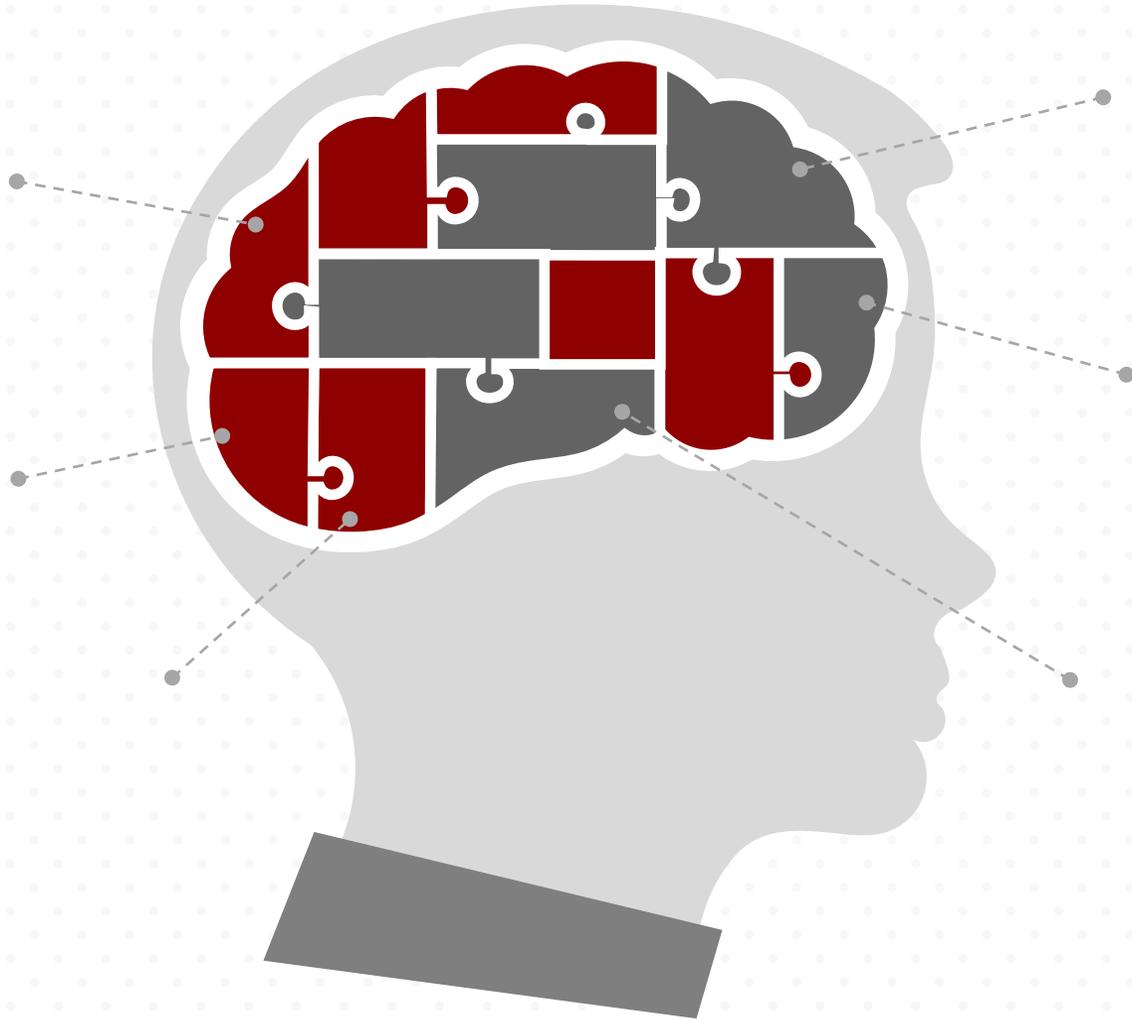
一览

Kintone架构图



 Kintone应用里可使用的http客户端





感谢聆听



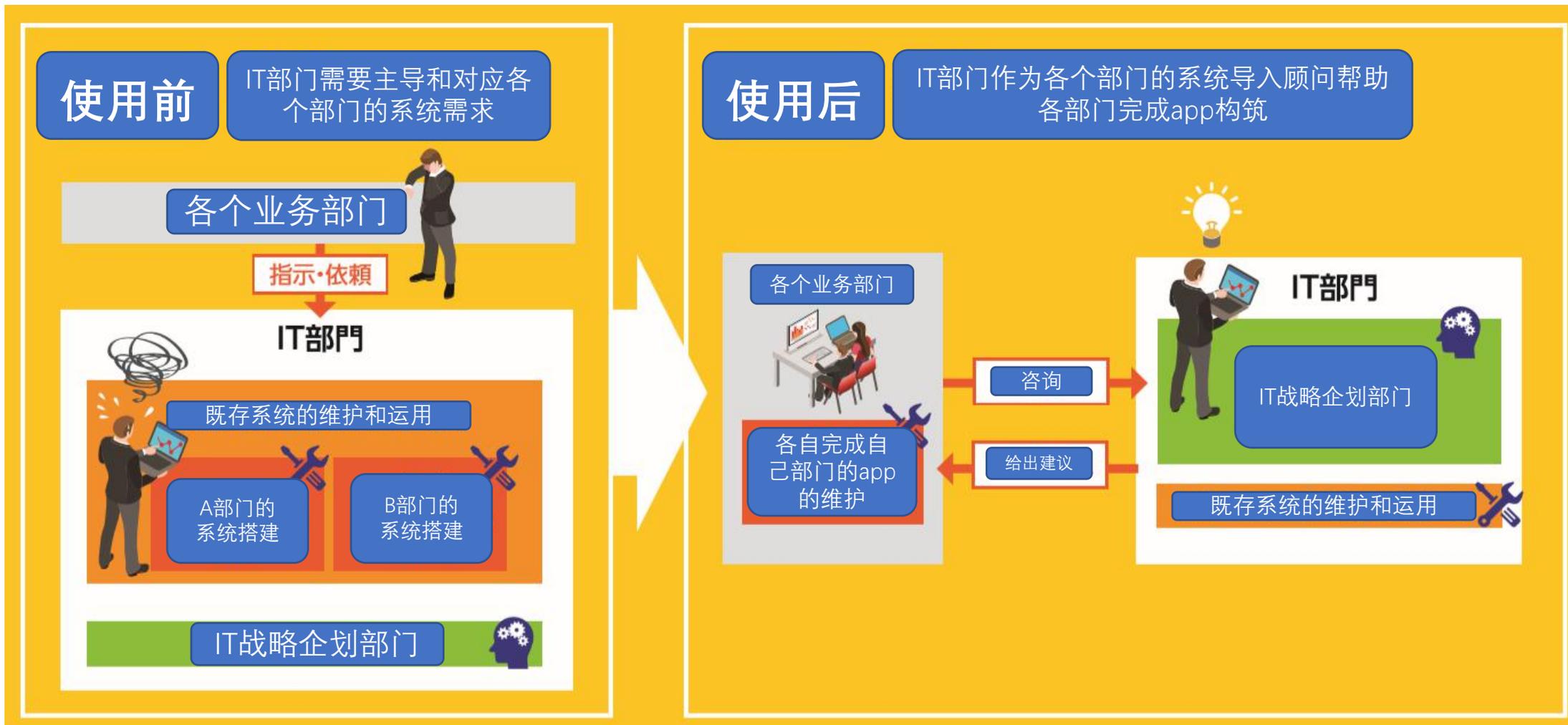


敏捷部署、按需扩展、灵活应用
数字化管理平台



对于IT部门的帮助

kintone! 让IT部门和其他业务部门真正的实现事半功倍



导入kintone对IT部门的帮助

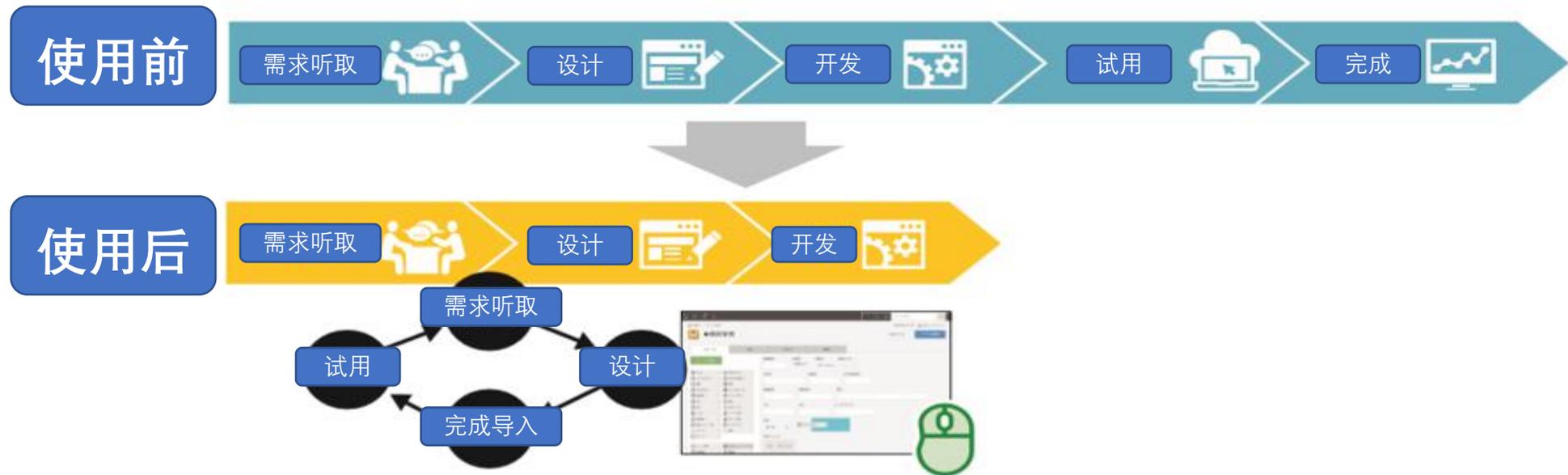
各个业务部门作为主导，更高速，更便利的完成系统开发

一般系统的构筑和开发：各部门的业务人员只能在系统完成开发后，才能看到实际效果
之后的系统修改，消耗太多的时间和精力

使用kintone来构筑和开发：各部门的业务人员在初期就能看到实际操作界面和操作方法

和业务人员共同完成系统构筑，系统将更切合各部门业务需求

系统修改也可以速度对应，同时降低后期系统维护对IT部门造成的负担





真正，彻底实现 0 代码开发的平台型产品

公司管理改善可以从kintone开始



kintone的三大特征

The three characteristics of Kintone

应用范围
广

导入速度
快

维护成本
低



 kintone

特征 1



应用范围 广

云服务，平台型产品，适用于任何行业，任何部门



贸易类



- 公司信息管理
- 营业项目管理
- 报价管理
- 营业报告管理
- 合同管理



工厂类



- 产品管理
- 订单管理
- 设备管理
- 各种申请管理
- 不良品管理



零售类



- 商品管理
- 店铺销售管理
- 库存管理
- 店员管理
- 企划管理



咨询类



- 咨询管理
- 客户管理
- 活动企划管理
- 调查报告管理

特征 2



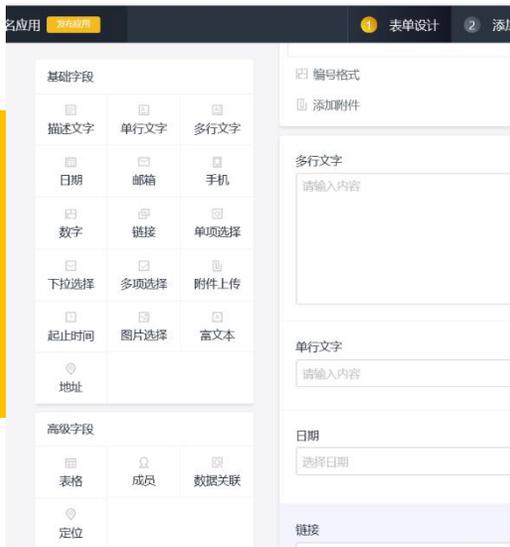
导入速度 快

真正 0 代码，拖拉拽的形式构筑环境，短时间内迅速定制

一般的业务系统



其他的无编码系统



需要代码编程的知识



不需要代码编程的知识，但是拖拉拽的格式固定，



乐高



真正的零代码，360°任意组合



磁力片



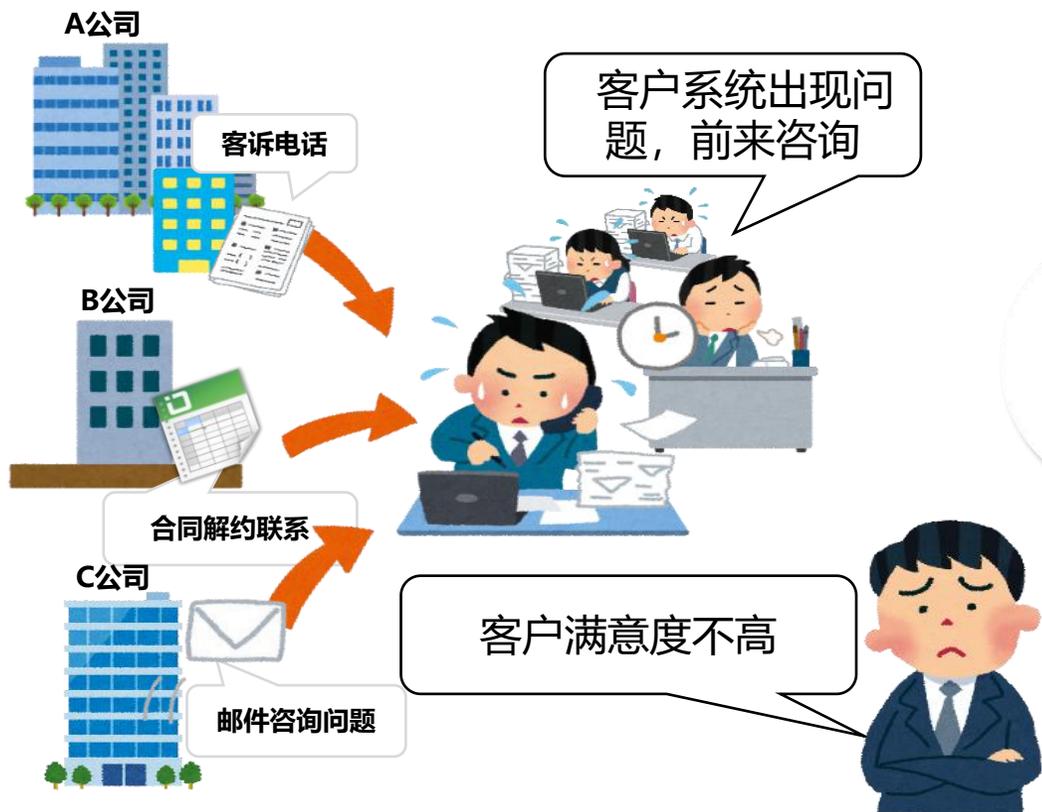
特征 3



维护成本 低

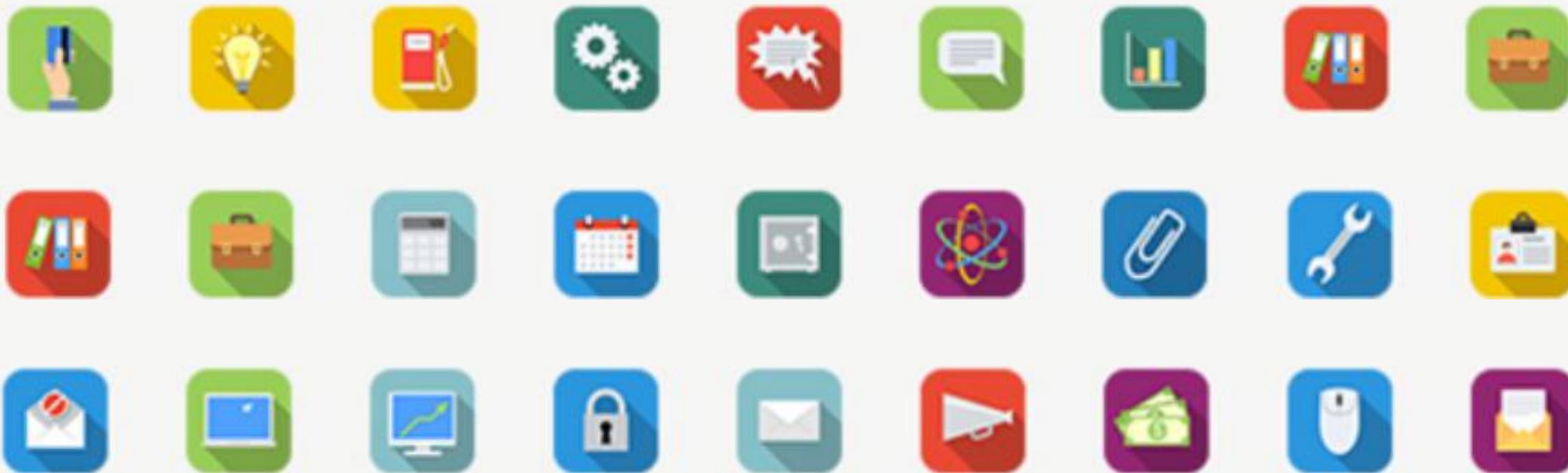
三国语言对应服务，主动寻找客户解决问题

续约率：
92%



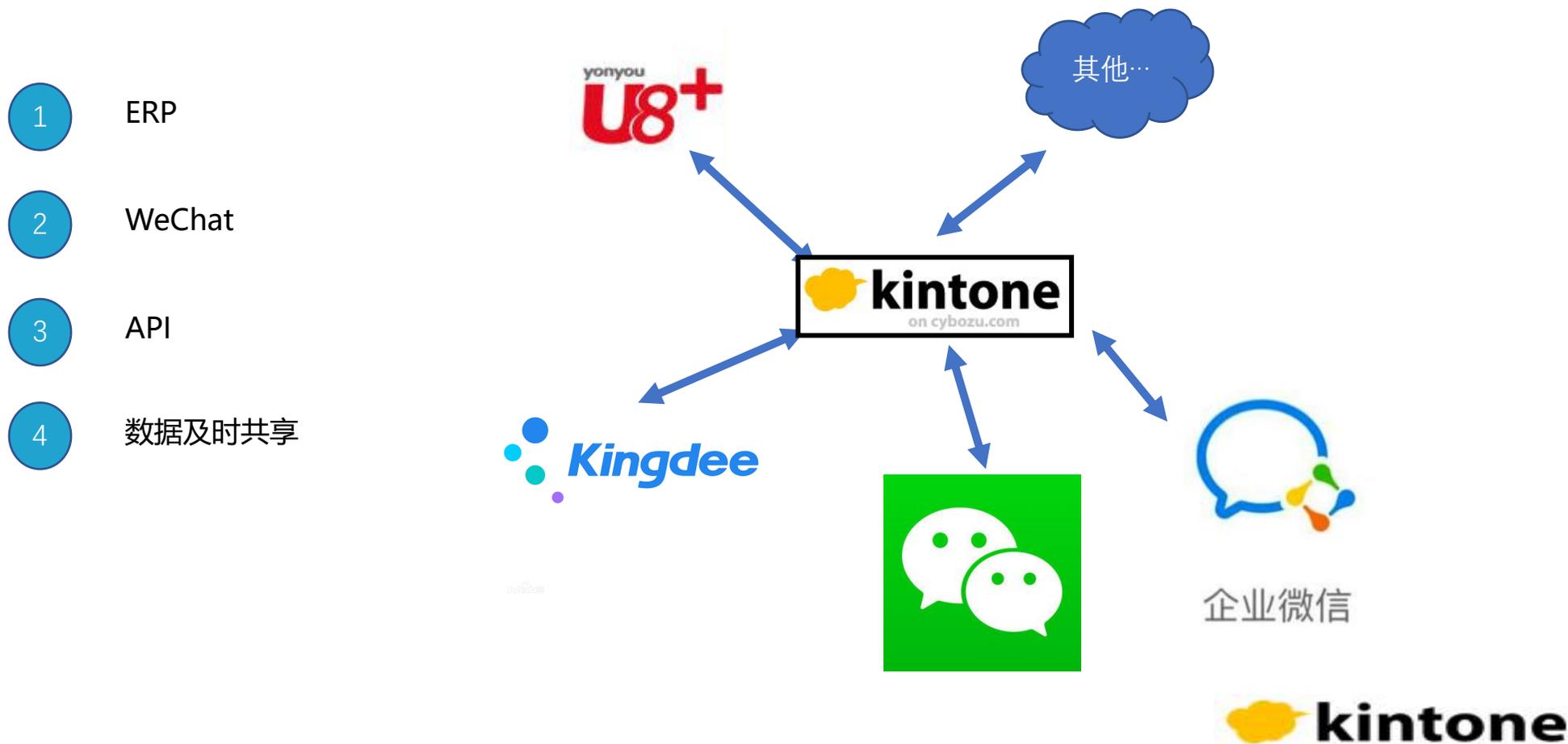
- 主动型服务客户，是系统使用度提高，拓展性增加
- 为签约客户提供同行业其他客户的实际案例分享，增加行业沟通
- 防止突发性解约

目前有 75 万个应用
平均每天增加 1,671 个应用



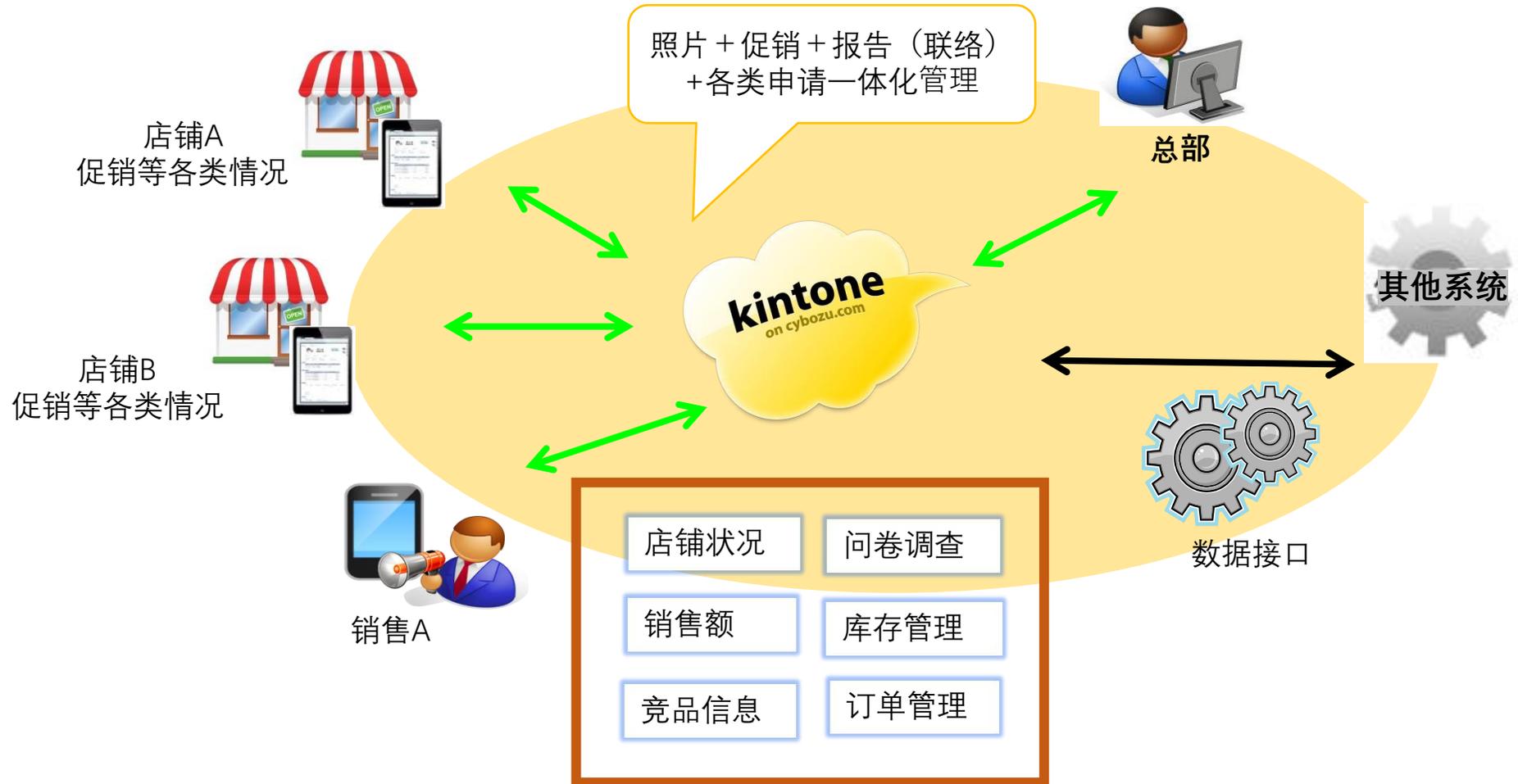
kintone的更多灵活多变之处

- 可以和其他erp或者基干系统做对接开发
- 利用API或者Webhook，可以和外部其他系统做数据对接的开发
- 作为基干系统的数据收集和共享的前台，广泛利用在各行各业中





食品行业 销售与供货管理



公司介绍

才望子公司

Cybozu, Inc.

有「才」能+有希「望」+年轻人（「子」）=才望子

成立于 1997 年 8 月，在日本东京证券交易所上市，长期致力于协同办公系统的研发、销售、服务。是日本最大的协同办公软件公司。2007 年进驻中国。



No.1

在协同办公领域，连续
12年市场占有率

1/6

日本东证一部上市企业中的
占有率

6个国家

全世界分公司

80,000家

已签约的公司数（世界）

850万

用户数（世界,2018）

中国客户数1000+家

(2018年12月为止)

HOSHIZAKI

phiten

AsahiKASEI

DAPS 天电塑料(上海)有限公司
Dexter Plastic(Shanghai) Co., Ltd.

KYB
Our Precision, Your Advantage

HIS
Less Parts More

b-en-g

TOTO



三星ベルト株式会社

CoCo老番屋

吉野家
YOSHINOYA

Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO.

SNC

SANWA
SUPPLY

House 好侍

TSC 77 株式会社
TAKUMI SHOJI CO., LTD.

TIAN YI CHENG
天益成



ZOJIRUSHI 象印

tsuka I.T
The Solutions of Collaborative Commerce



Kubota

Asahi
"DRY"

FE 富士电机
Fuji Electric

TOYO TIRES

KEWPIE
丘比

tensin

SCCM

TOYOBO
Ideas & Chemistry

JVC

STS 北京新太平洋商务咨询有限公司
Beijing STS Top Business Consulting Co., Ltd.

FURUKAWA
ELECTRIC GROUP

AI アーネイター

TSUBAKI
INDUSTRY IN MOTION

INTEC
IT Holdings Group



JBCN

シモジマ

TAKARA
BELMONT

KOFLOC

SUGATSUNE

Funai Soken

kikkoman
调美味 品人生

Orientalmotor
东方马达

SUNSTAR

RGF

Roland



Internet Solutions Limited

ThreeBond

OZAX



chukah
CHUKAH

Renyuer



kintone



由来：是来自七龙珠里面孙悟空的筋斗云的日文发音

kintone 突破10,000家



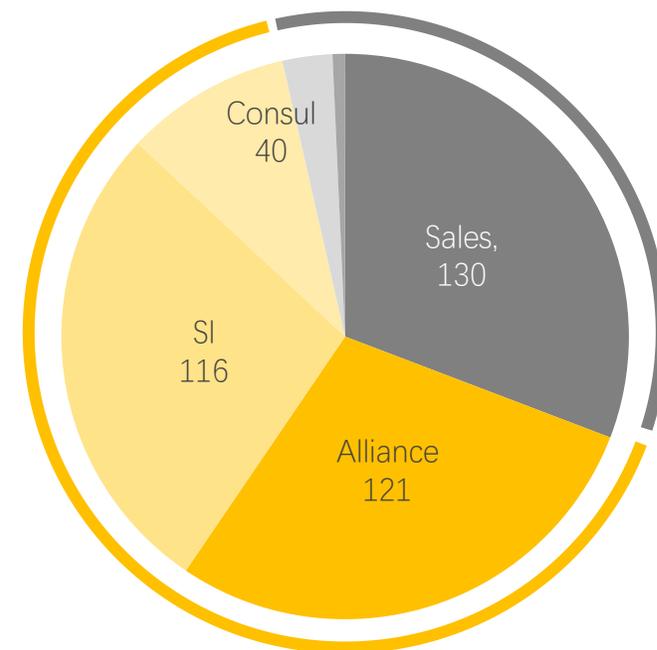
資深堂

日本的合作伙伴和销售增长情况

Partner and sales growth in Japan



目前已经有 319 家正式的合作伙伴
70% 代理商 30% 技术开发商



感谢您的聆听!



才望子信息技术（上海）有限公司