リベートマネジメントシステムの導入

貴社のリベート (販売促進費) は “活きて” いますか ?

■ 商品の短命化、激化する棚獲得競争、売上高確保に追われて利益率低下・・・!?
■ 食品業界が計上する販促費の対売上高比率は、この 10 年で約 1.7 倍に増加・・・

・・・販促費をどのように “投資” し、効果をどう活かすか。「リベートマネジメント」は喫緊の課題です。

営業部門が “暗黒大陸” !?
■どこにどれだけの経費をかけているのか ?
■得意先ごとに儲かっているのか / いないのか ?

“統制”、“主導権” が取れない !?
■現場で勝手にお金を使っている !
■「 販促費がないと売れません 」!
■誰から給料をもらっているのか ! ?

育てたい商品が育たない !?
■売れるものしか売らない !
■良い新製品をすぐダメにする !
■品種別管理が出来ていない !

→ 販促費管理システムの活用 →

事実認識の共有化
■ “暗黒大陸” への照明設備の普及
■ “言い訳” の堀の埋立て
■ 本社と現場の判断材料の共有化

業務の的確性・効率性の向上
■ 予算 / 計画精度の向上 → 作り過ぎ / 押込み販売の削減
■ 販促費運用の効率の向上 (増加の抑制)
■ 管理職のセールス管理手法の確立と定着

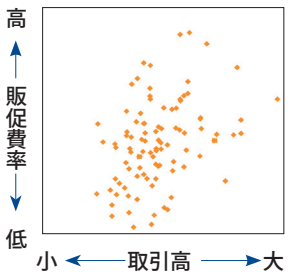
意識の改革
■ 管理職の責任意識 (売上 / 利益、指導) の改革
■ セールスへの経費、利益意識の定着
■ 営業 / 商談実態の変化 (受身 / 守り → 提案 / 攻め)

本社⇔現場コミュニケーションの円滑化と連携の強化

販促費管理システムを活用したリベートマネジメント導入までの主な流れ

	簡易診断	リベート改革基本構想と改革計画の策定	『販促費管理システム』の導入、改革の実行、定着化	KPI 検証・業務改善
マネジメント・運営		■ リベートマネジメントのあり方の策定 (確認) ■ KPI の設定	■ 管理単位の決定、重点管理先の特定 ■ 帳合整理 ・卸店の蔵出実績の開示交渉 ■ 販促費管理の業務サイクルの具体化	■ KPI 検証 (販促費関連データ分析) ■ PCDA サイクル確立
データ・システム		■ 現在の販促費の使い方の確認 ・貴社既存データから ■ 営業業務内容の調査 ■ 『販促費管理システム』要件明確化	■ 『販促費管理システム』の導入 ■ 既存基幹業務システム改修 (必要に応じて)	■ 『販促費管理システム』のチューニング、運用管理 ■ 経営管理システムの検討・機能拡張 (必要に応じて)

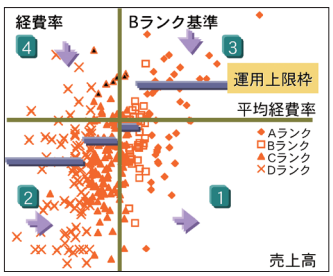
【 GMS/CVS 別販促費 (例) 】



同程度の取引規模でも、販促費の運用レベルがバラバラ

【『販促費管理システム』サンプル画面】

【取引先ランク別の販促費運用上限枠の設定 (例)】



まずは簡易診断を !

■ CDI ソリューションズでは、特定拠点における販促費管理の現状を簡易的に把握する「簡易診断サービス」をご提供しています。「販促費の使用実態をまずは明らかにする」際に、是非ご活用ください。
■ 必要期間 : 1 ヶ月程度