

富士通中国论坛

以集成创造零售企业的领先价值

富士通（中国）信息系统有限公司

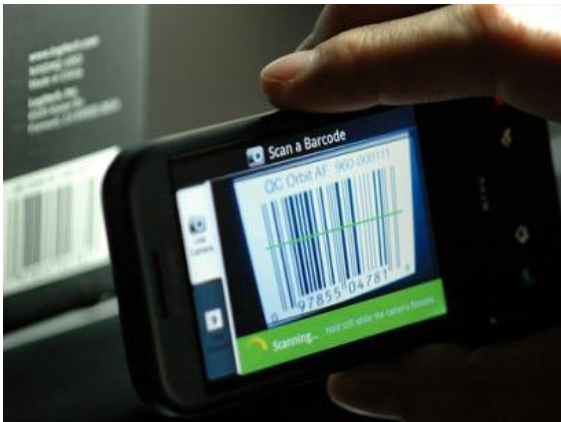
流通・零售解决方案事业部 陈未名

2014年1月

很荣幸有机会和大家介绍...



...其实我更愿意谈论的是...



...还有我们的“无边界零售”



...在未来，零售商将通过多种渠道和接触点来管理和回馈客户
(不只是进入实体店发生交易)

1. 富士通在零售业的角色
 - 服务于全球的ICT业务,实现现地交付
2. 5大趋势
3. 零售业的未来- ‘无边界零售’
4. 富士通的愿景

用几个数据描述富士通在零售业的成就... FUJITSU

500 零售商

US\$1.4bn

收入

82,000

使用富士通解决方案的商店

30 年

52 国家

No.3 排名



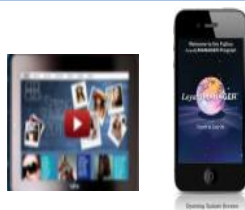
富士通在零售业的贡献



零售应用



零售一条龙
(产品化软件)



人际交往/CRM
(客户关系管理)



业务分析
(包括大数据)



云解决方案

零售方案



PoS



自助服务



移动业务



扫描和支付



数字媒体
(网络力量)

零售服务



店铺作业
托管服务



零售
即是服务



技术中心
SAP合作伙伴



IT 应用
服务



企业 IT
包括互联网

富士通在零售领域合作的客户群



富士通在零售领域合作的典型客户



YOUR M&S

- 703家英国连锁店
- IT 核心支持和维护
- PoS 解决方案 (PCMS) 服务和支持
- 卡支付服务

coles

- 750家澳大利亚连锁店
- 富士通提供PoS 应用软件设计, 完善和品质保证
- 店铺IT支持和维护
- 数字媒体解决方案



- 2,400家美国连锁店
- 自助付款方案的供应、支持和服务

Ahold

- 欧洲市场的Ahold选择了由富士通出品的零售套件(包括GlobalSTORE PoS 应用软件)
- 持续使用至今



- 上海、江苏和浙江共约400家连锁
- 门店和总部的支持
- 库存系统, 总部基础设施, PoS 和门店 IT服务



- 3,000家美国连锁店
- 每家连锁店打造专享的个性化支付IT服务
- 提供软硬件整体方案和服务
- 2012年6月切入

Auchan

- 10座城市中2,000+ 连锁店 包括俄罗斯
- 零售中的 IT技术和服务 包括PoS 和自助扫描

富士通在零售业的出众之处



Retail

*Fujitsu's IP
invested in retail
products, software
and services*



Enterprise IT

*IT integration –
front / back office,
retailing in the
cloud, third party
management*



Global Reach

*Go with the
customer – scale,
service, delivery
centres and
partners*



**Differentiated
Customer Experience**

富士通中国论坛
Fujitsu Forum

2014.1.9-10

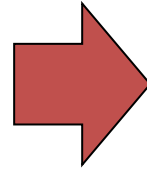
FUJITSU

shaping tomorrow with you

Reshaping ICT,
Reshaping Business and Society
重塑ICT 开启新未来

5 大趋势

当今的零售围绕的主题就是经营变革...



....而且这场革命越来越超出了我们的控制

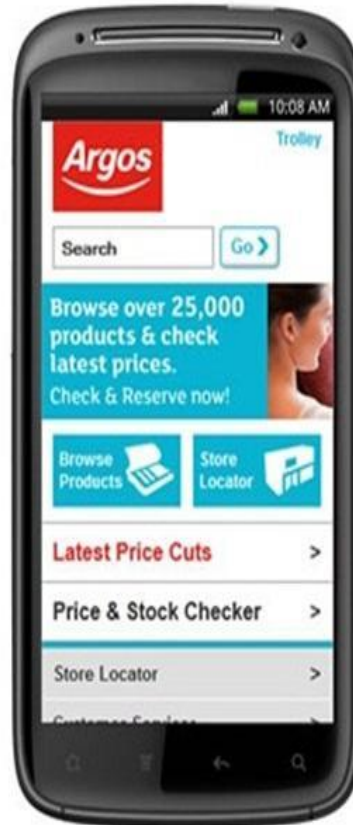
趋势#1 – 渠道整合



- 任何时间, 任何地点
- 从客户的角度出发
- 订单管理
- 资源生产力

成功实例 – ARGOS 英国零售连锁

FUJITSU



趋势#2- 挑战亚马逊

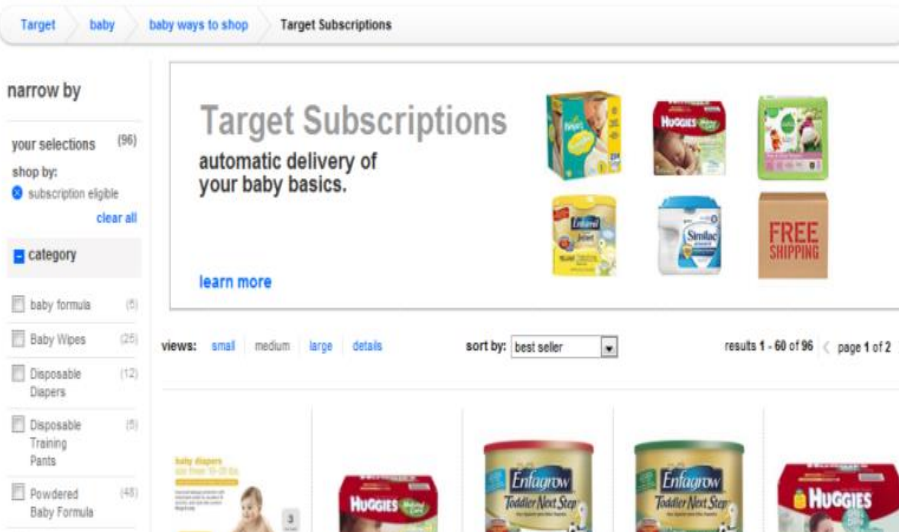
The logo for amazon.com, featuring the word "amazon" in a bold, black, sans-serif font, followed by ".com". A yellow curved arrow is positioned below the word "amazon", starting under the 'a' and ending under the 'z'.

- 线上到线下(O2O)
- 门店的作用
- 客户服务
- 资源生产率

成功实例 – TARGET (美国)



Target Subscriptions



- 新程序允许客户订阅大约150项和婴儿相关的物品
- 购物者可以预先购买物品, 并让所需购买的物品进入循环处理流程
- 这个循环可以从4到12周任意安排

趋势#3 – 个性化



- 可识别匿名者
- 数据收集和分析
- 客户消费旅程的映射
- 个性化绑定

成功实例 – THE GAP



- 个性化的网站登录页面
- 个性化信息推送—基于历史数据选择性推送最新消息使其“恢复”购买欲望
- 大数据 – 将数据转换为相关信息，满足个性化购物体验
- 嫁接网上购物和实体店购物的客户体验



趋势 #4 – 移动应用



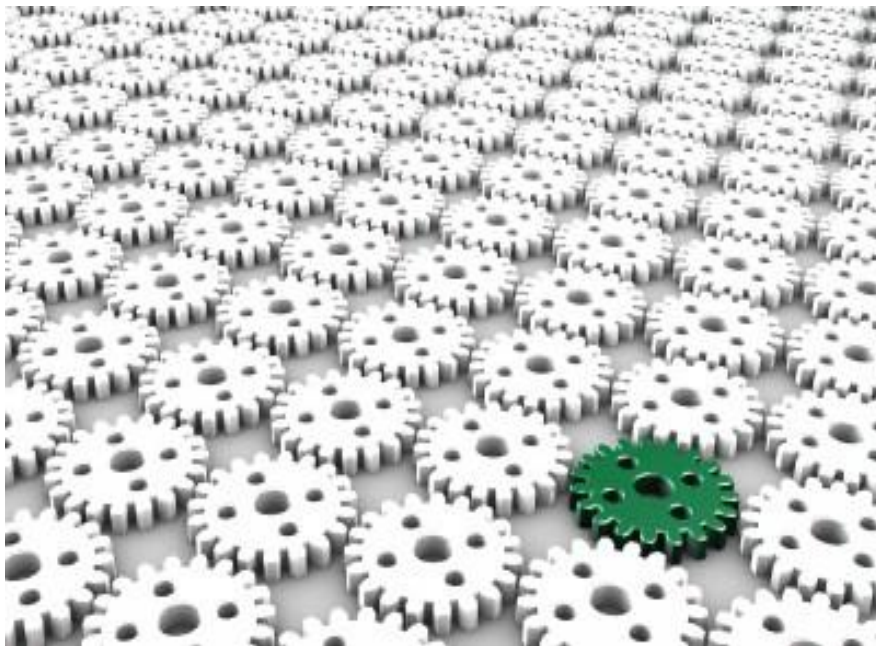
- 移动行为（与设备）
- 企业与个人设备
- 适合购物过程
- 固定和移动模式混合

成功实例 – ALBERT HEIJN(荷兰)



- 购物者“一手掌握”扫描和支付
- 通过条形码和二维码付款
- 现有的购物流程的补充

趋势#5 – 最佳标准



- 过程处理、人和IT三位一体
- 关注总成本
- 可预见的成本
- 最小的变化
- 支持新模式的发展

成功实例- TESCO (英国和欧洲)



- 为英国零售和网络业务打造的运营和应用程序——中央集权的 数据中心
- 简化全球基础设施，支持零售物流、网络和银行服务
- 基础设施不再约束业务项目的开展和时间进度
- 内部、私有化和公共化的云服务

富士通中国论坛
Fujitsu Forum

2014.1.9-10

FUJITSU

shaping tomorrow with you

Reshaping ICT,
Reshaping Business and Society
重塑ICT 开启新未来

无边界零售

适应多渠道世界的新型零售模式

建立在以店铺为中心的零售模型...



...过往，零售商们是通过各门店里收银机的业务反馈来管理自己公司业务的。

...但是现在是以客户为中心的



...在未来，零售商将通过浏览各渠道和多点接触来管理和扩展客户
(不只是进入实体店发生交易)

无边界零售 – 新型零售模型



1. 匹配客户最优购买方式重新设计购物流程
(线上购买 / 门店取货, 门店下单/送货上门)
2. 符合客户消费习惯的新的 IT 运营模型 (不受技术或供应商的限制)
3. 新销售平台为订购、交易管理提供跨渠道服务
4. 重新构建数据模型, 绑定跨渠道客户(不只是在店铺或筒仓的直接交易)
5. 结合企业外部渠道(例如社交网络)

关键字：大数据

市场分析工具

使用技术(相机和微软 Kinect)来感知客户动作和偏好

响应行为分析驱动范围、定价、营销和布局的决策



富士通峰会发布 (2013年 5 月 东京)

关键字：服务



零售即是服务

出品方 **FUJITSU**



IT 产品 & 服务菜单



付费使用模式



成果导向的服务



IT 支持



SLAs



托管

IT 蓝图

= \$ x 每店每月

5 年/月后的零售业

社交购物



购物者将不断的跨渠道与零售商或者其他购物者“连接”——这样将驱动一个个性化的关系，形成由客户带动营销的量身定制的服务

新型店铺



在一个多渠道的零售世界里，店铺仍将是连接购物者的“中心”，只是承担不同的使命-如便利店、收集点、展厅、服务中心等

零售服务



IT Products & Services Menu



Pay per Use Model



Outcome-Based Contracting

零售商将承包服务的形式来换取有针对性的业务成果,服务将包括IT运营和业务分析



感谢您的关注！



shaping tomorrow with you