巽風堂 CyberWind 品牌工程建構圖___商品流通與銷售管理整合構面

上游供應商

實體 虛擬 配銷中心

通路經銷商

Physical Distribution System Planning
商品流通配銷系統組建規劃

Sales Force 組建
戰略配置佈署

- 營業據點預評分析
- 通路組織經營架構
- 連鎖加盟招商推廣
- 區域市場拓展方案
- 營銷方案執行規劃

Sales Force 組建
戰術職能強化

- 綜合銷售技能優化
- 商業空間動線管理
- 動態商品組合方案
- 終端運營服務流程
- 營業人員考核激勵

商品流通
經營管理

①. 數據監控
②. 解構分析
③. 銷貨預測
④. 區間調度
⑤. 配銷規劃
⑥. 快速反應
⑦. 匯整平台

終端據點 × 5

客戶群組 × 5

Marketing Planning
市場營銷整合計劃

- 行銷預算成本企劃
- 行銷目標方案預擬
- 行銷宣傳訴求規劃 差異門檻
- 媒體宣傳動員計劃 絕對門檻
- 品牌形象經營\更新維護
- CRM 機制整合規劃
- 備援副品牌預案規劃

Competitive Strategy
市場競爭策略規劃

- 市場監控管理
- 競爭商情管理
- 市場競爭分析

Market Segmentation
市場區隔策略規劃

- 目標客群類型化
- 競爭要素差異化
- 市場空隙集中化
- 配銷通路加值化

銷貨統計預測模型

商品屬性

消費屬性

銷貨結構分析
終端動能分析
消費趨勢分析
價款量配比預測

Sales Forecasting
產品族銷貨預測

Products Family Planning
產品族產銷調控

設計研發部門

生產製造部門

流通配銷部門

消費性商品產銷鏈的基本架構

原物料供應商

加工製造部門

外協製造商

實體配銷中心

商品

虛擬配銷中心

直銷通路 → 市場消費者

零售商通路 → 市場消費者

經銷商通路 → 市場消費者

代理商通路 → 市場消費者

Supply Chain Management 供應鏈管理

Products Distribution Management 商品流通管理

Logistics Management 運籌管理（包括物流、金物、商流、資訊流，形成市場循環反應機制）

Inbound Logistics 採購運籌管理 | Production Logistics 生產運籌管理 | Outbound Logistics 配銷運籌管理