

解决方案实践

# 玄武智慧 100 快消行业数智化 CRM 解决方案实践

文档版本 1.0  
发布日期 2024-10-15



版权所有 © 华为技术有限公司 2024。保留一切权利。

非经本公司书面许可，任何单位和个人不得擅自摘抄、复制本文档内容的部分或全部，并不得以任何形式传播。

## 商标声明



HUAWEI和其他华为商标均为华为技术有限公司的商标。

本文档提及的其他所有商标或注册商标，由各自的所有人拥有。

## 注意

您购买的产品、服务或特性等应受华为公司商业合同和条款的约束，本文档中描述的全部或部分产品、服务或特性可能不在您的购买或使用范围之内。除非合同另有约定，华为公司对本文档内容不做任何明示或暗示的声明或保证。

由于产品版本升级或其他原因，本文档内容会不定期进行更新。除非另有约定，本文档仅作为使用指导，本文档中的所有陈述、信息和建议不构成任何明示或暗示的担保。

# 安全声明

## 漏洞处理流程

华为公司对产品漏洞管理的规定以“漏洞处理流程”为准，该流程的详细内容请参见如下网址：

<https://www.huawei.com/cn/psirt/vul-response-process>

如企业客户须获取漏洞信息，请参见如下网址：

<https://securitybulletin.huawei.com/enterprise/cn/security-advisory>

---

# 目录

---

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| <b>1 方案概述</b> .....                | <b>1</b>  |
| <b>2 资源和成本规划</b> .....             | <b>6</b>  |
| <b>3 实施步骤</b> .....                | <b>9</b>  |
| 3.1 销售管理功能（销售人员管理系统-系统管理人员操作）..... | 9         |
| 3.2 产品管理功能.....                    | 16        |
| <b>4 修订记录</b> .....                | <b>20</b> |

# 1 方案概述

## 应用场景

- 行业：该解决方案实践推荐快消行业客户使用，实现厂家管理业务人员、经销商及终端门店的一站式管理，提高厂家对产品供销市场的掌控力。
- 业务：推荐业务快速铺货，智能化铺货、活动、费控等投产一手抓，全面提升业务数智化能力，提升市场竞争力。

### 客户的痛点：

随着数智信息化的不断发展，以及人们生活水平的不断提升，对快消企业的管理、营销等都提出了更高的要求。

- 供销链路长，导致管理难度大；业务人员众多，人员工作、考核目标管控难度大，人效低下，人员工作积极性弱，拜访路线效能低，计划与达成偏差统计难度大等问题。
- 经营商、动销慢，不达业绩，经营商赋能无从下手，串货管控力度弱，导致区域间价格失控。经营商拓店无区域准确数据参考，大量无效拓客，费时费力，效率低，难度大。
- 快消行业营销费用缺少有效管控，导致投入大，产出少。

### 通过本方案实现的业务效果：

本章节介绍如何通过快消行业全渠道营销数智化解决方案对传统快消行业进行数智化信息化升级改造，实现快消行业的全渠道人、货、场的智能化管理，提升企业资金效能，从而提升快消企业的市场竞争力。

- SFA（销售管理系统）：旨在实现高效的销售团队管理，降低销售过程中的人员管理成本，赋能销售人员，激励销售团队完成销售业绩，提高收入。销售管理系统基础应用紧紧围绕白酒行业的销售人员工作场景展开设计。
- DMS（经销商管理系统）：旨在实现渠道订单规范化、高效化管理，渠道进销存的透明化，赋能经销商和分销商团队，打通合同-订单-审核-收款-对账-费用池-业绩计算的管理闭环，为提升经销商服务质量和订单流转效率提供强有力的保障。
- TPM（费用管理系统）：旨在实现企业营销费用投放、跟踪、分析的一体化管理，提升费用投放的准确度，把有限的营销费用投放到ROI最高的地方。TPM费用管理系统的使用，拉通预算控制与费用执行，建立营销费用管理闭环流程，让费用全流程在线化管理，实现费用匹配与投放真实。
- SMS（终端门店管理）旨在实现从厂家到终端一体化透明化的打通，为厂家掌握终端提供有力武器，实现点对点高效费用投放同时赋能给终端门店老板，推动终

端销售。SMS（终端门店管理）赋能品牌业务员+经销商业务员实现高效拓店与终端服务。

- DI智能拓店系统：通过大数据模型，帮助品牌商，在目标区域快速找到店铺铺货，以提升市占率以及销量。
- AIOT智能冰柜：提供硬件、软件，帮助品牌企业实时收集人流、产品动销等数据，一个可以提升产品销售的智能冰柜。

#### 解决方案实践的应用行业推荐：

通过华为云中立、安全、可信、持续创新的云服务，在云上快速部署快消行业全渠道营销数据化管理平台，为快消企业如饮料、烟酒、粮油、调味料、日用品等企业提供全渠道管理平台，其中包括SFA销售人员管理软件（PC+APP）、DMS经销商管理软件（PC+小程序）、TPM费用管控软件，DI智能拓店软件，以及智能冰柜（硬件+软件）。特别适合如下类型和行业的渠道管控：

- 饮料行业：是典型的传统快消行业，需借助经营商进行终端门店的大量铺货，需要对业务人员、厂家业务员、经营商业务员、终端门店，消费者等全渠道的管控。
- 烟酒行业：经营商、VIP终端门店、特通渠道等都围绕着营销费用有效投放、经营商业务员、厂家业务员、动销等管控，有效全渠道管控提升企业生存空间
- 调味品行业
- 啤酒行业
- 日用品行业
- 粮油行业

## 方案架构

### 业务架构：

图 1-1 业务架构图

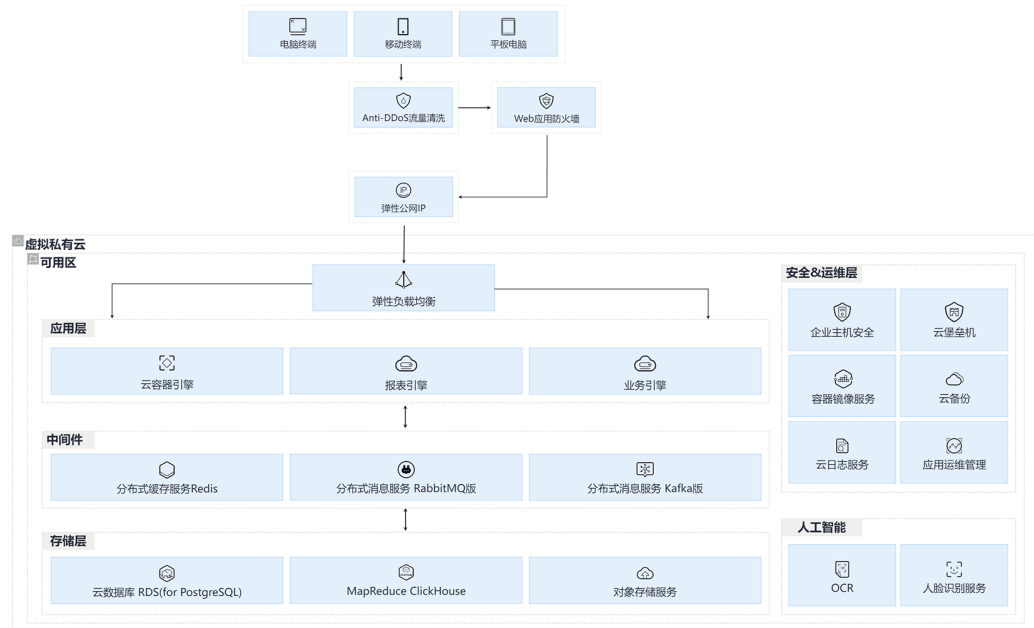


方案主要由华为云计算底座+智能AI+玄武智慧CRM解决方案软件产品形成面向客户关系管理全流程的解决方案：

- SFA：聚焦企业对业务员销售拜访流程的精细化管理和绩效管理，全面提升企业线下终端业务效率和积极性。
- DMS：围绕品牌下游渠道管理需求，优化品牌方与经销商间及下游分销商的订单等业务往来效率，实现准确分销，为品牌提升渠道管理效率。
- TPM：通过数据化与智能化手段，帮助企业实现市场营销费用从预算到核销、从线上到线下一体化管控，全面提升终端费用投放费效比。

部署架构：

图 1-2 部署架构图



方案通过华为云CCE、RabbitMQ、Kafka以及WAF等实现架构弹性伸缩、高性能及安全可靠；

- CCE 提供高可靠高性能的企业级容器应用管理服务，支持Kubernetes社区原生应用和工具，简化云上自动化容器运行环境搭建；
- 通过RabbitMQ、Kafka 提供低延迟、弹性高可靠、高吞吐、动态扩展、便捷多样的消息中间件服务；
- 通过WAF保护网站等Web应用程序免受常见Web攻击，保障业务持续稳定运行，满足合规和监管要求；
- 使用MRS-ClickHouse作为大数据数仓，提供OLAP能力，并且列存储可以将数据压缩，大幅降低存储成本和读取开销，提高查询性能；
- 通过OCR提供具备高精度、高性能的全文识别和高阶结构化识别能力；
- FRS能够在图像中快速检测人脸、分析人脸关键点信息、获取人脸属性、实现人脸的精确比对和检索。

### 方案优势

- **智能拜访路线：**可依据不同业务人员的路线，智能制定高效的拜访路线，且能跟踪计划与实际拜访的差距，路线的科学制定是成功维护终端门店的必要动作，还可根据门店的动销情况，智能推荐访次，如一周一访还是一周两访等。
- **智能拓店任务：**得终端者得天下，终端门店的铺货率决胜天下，特别是饮料行业！本方案中的DI一是能进行企业终端门店真假进行清洗，二是结合企业的细分行业领域提供市场可拓真实终端门店信息，可一键派任务给到业务员，最后可追踪任务达成情况进行统计分析，一站式市场开拓有了更坚实的数据依据，数智时代的到来大大提升了企业拓店的效能，有的放矢，事半功倍。
- **营销费效比：**营销费用投放已进入到准确投放阶段，根据不同的门店的地理位置、动销状态等综合分析进行有计划费用投入，实时投入效果，及时分析，给予



管理人员进行活动指导，对于活动的真实性有了进一步的管控，减少营销费用的浪费。

# 2 资源和成本规划

表 2-1 资源和成本规划

| 云资源           | 规格   | 数量 | 每月费用 (元) |
|---------------|--|----|----------|
| 云容器引擎         | 产品分类: CCE容器集群   Standard/Turbo   50节点   是  | 1  | ¥1262.40 |
| 弹性负载均衡        | 实例类型: 共享型负载均衡(性能保障模式)<br>IP费用: 1个   全动态BGP<br>带宽: 全动态BGP   带宽   1Mbit/s  | 1  | ¥173.00  |
| Web应用防火墙      | 规格选择: 标准版  | 1  | ¥3880.00 |
| 分布式缓存服务 Redis | 产品类型: 基础版   6.0   主备   X86   DRAM   2   128 MB   | 1  | ¥8.44    |
| 业务引擎          | 规格: X86计算   通用计算增强型   c6.xlarge.2   4核   8GB<br>镜像: AlmaLinux   AlmaLinux 9.0 64bit<br>系统盘: 通用型SSD   40GB<br>弹性公网IP: 全动态BGP   独享   按带宽计费   5Mbit/s | 1  | ¥560.20  |
| 报表引擎          | 规格: X86计算   通用计算增强型   c3.xlarge.2   4核   8GB<br>镜像: AlmaLinux   AlmaLinux 9.0 64bit<br>系统盘: 通用型SSD   40GB<br>弹性公网IP: 全动态BGP   独享   按带宽计费   5Mbit/s | 1  | ¥582.10  |
| 弹性公网IP        | 带宽费用: 独享   全动态BGP   按带宽计费   1Mbit/s<br>弹性公网IP费用: 1个  | 1  | ¥23.00   |

| 云资源                      | 规格  | 数量 | 每月费用 (元) |
|--------------------------|---|----|----------|
| 分布式消息服务 RabbitMQ版        | 规格: 单机   4u8g.single   代理个数: 1<br>单个代理存储空间: 超高IO   100GB (总存储空间: 100GB)   | 1  | ¥1360.00 |
| 分布式消息服务 Kafka版           | 规格: kafka.4u8g.cluster   代理个数: 3<br>单个代理存储空间: 超高IO   100GB (总存储空间: 300GB)   | 1  | ¥4080.00 |
| 云数据库 RDS(for PostgreSQL) | 规格: 通用可用区   MySQL   8.0   主备   通用型   2核4GB<br>存储空间: SSD云盘   40GB  | 1  | ¥470.00  |
| MapReduce ClickHouse     | Master 节点: 系统盘:高IO   480GB *2<br>Master 节点: 数据盘:高IO   200GB *2<br>node_group_1: 系统盘:高IO   480GB *3<br>node_group_1: 数据盘:高IO   100GB   1个 *3 | 1  | ¥1085.00 |
| 对象存储服务                   | 产品类型: 对象存储   标准存储单AZ存储包   40GB  | 1  | ¥1.00    |
| 企业主机安全                   | 规格: 企业版   | 1  | ¥90.00   |
| 云备份                      | 存储库类型: 云服务器备份存储库   1000GB   | 1  | ¥200.00  |
| 云日志服务                    | 日志读写流量: 59.51 GB<br>日志索引流量: 299.51 GB<br>日志存储空间: 69.51 GB   | 1  | ¥130.65  |
| 应用运维管理                   | 自定义指标上报量: 100百万次/天<br>指标存储时长: 7天<br>数据转储: 1GB   | 1  | ¥70.20   |
| 云堡垒机                     | 实例类型: 单机<br>性能规格: 10资产标准版   | 1  | ¥700.00  |
| OCR                      | 服务类型: 不动产权证识别   1千次   | 1  | ¥83.00   |
| FRS                      | 计费方式: 按调用量计费   人脸比对V2   300万  | 1  | ¥9300.00 |
| 云数据库 GaussDB(for MySQL)  | CPU架构: X86   独享型   4核16GB   2个节点<br>存储空间: DL5   40GB  | 1  | ¥2342.00 |
| 容器镜像服务                   | 4核, 8G  | 1  | ¥500.00  |

| 云资源                  | 规格     | 数量 | 每月费用<br>(元) |
|----------------------|--------|----|-------------|
| Anti-DDoS流量清洗        | 4核, 8G | 1  | ¥100.00     |
| <b>总计: ¥27000.99</b> |        |    |             |

# 3 实施步骤

- 3.1 销售管理功能（销售人员管理系统-系统管理人员操作）
- 3.2 产品管理功能

## 3.1 销售管理功能（销售人员管理系统-系统管理人员操作）

### 组织人员操作（初始化操作）

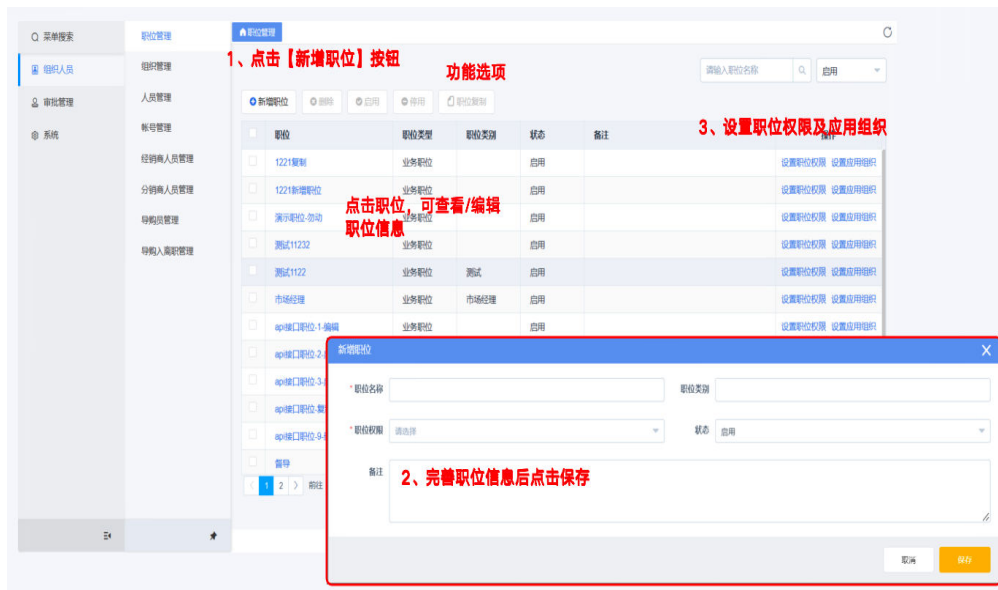
步骤1 登录PC端，账号+密码方式登录

图 3-1 登录 PC 端



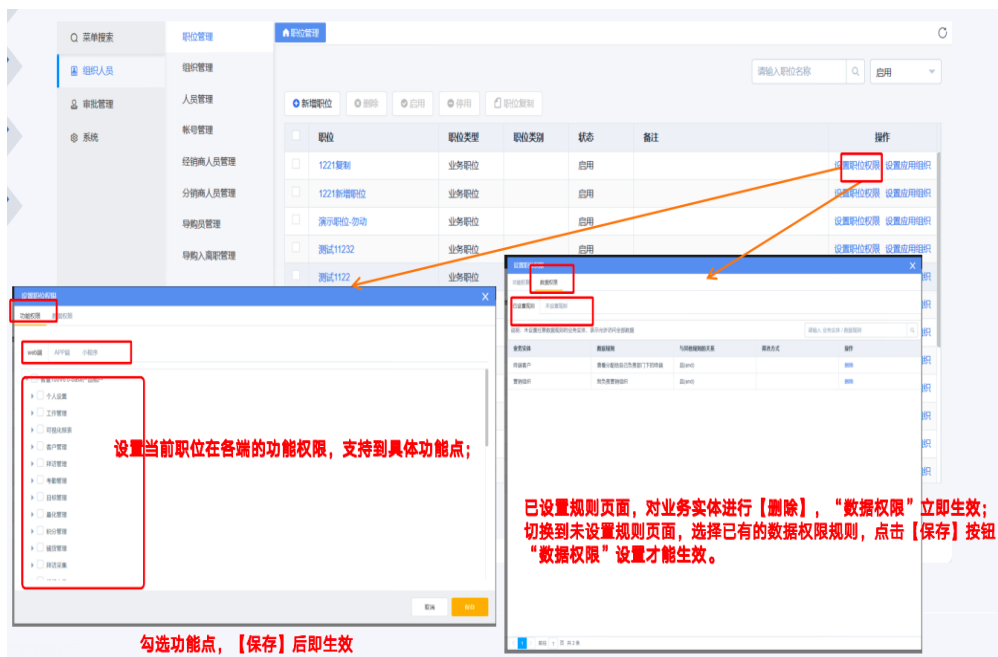
步骤2 单击【组织人员】-【职位管理】页面，单击【新增职位】按钮，根据界面，完善职位信息后单击保存。

图 3-2 新增职位



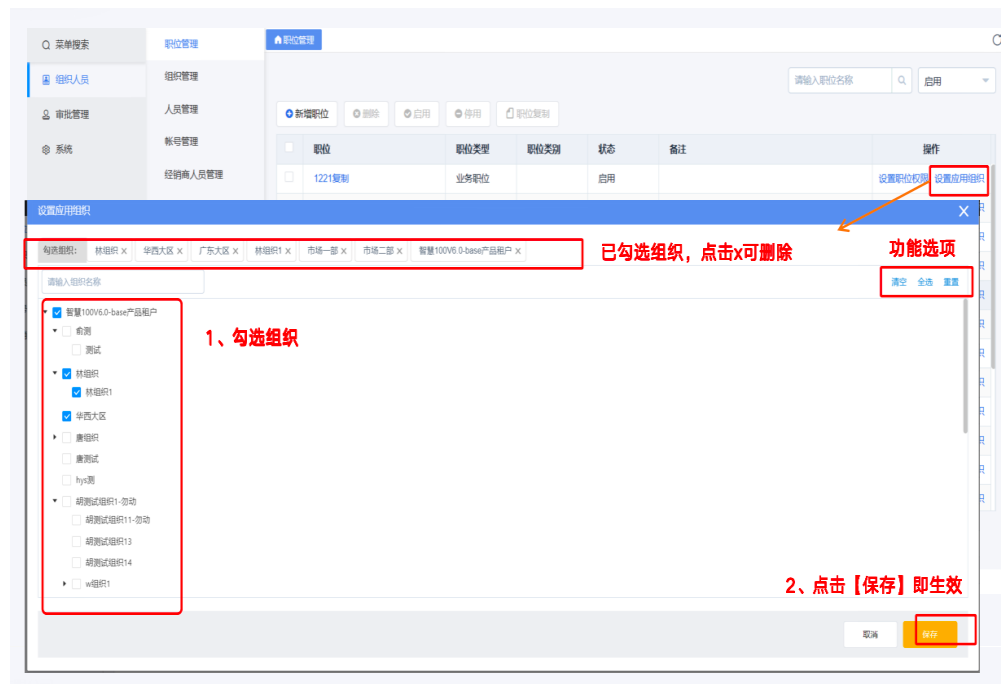
步骤3 单击“职位列表”右侧【设置职位权限】，进入职位权限设置界面。

图 3-3 设置职位权限



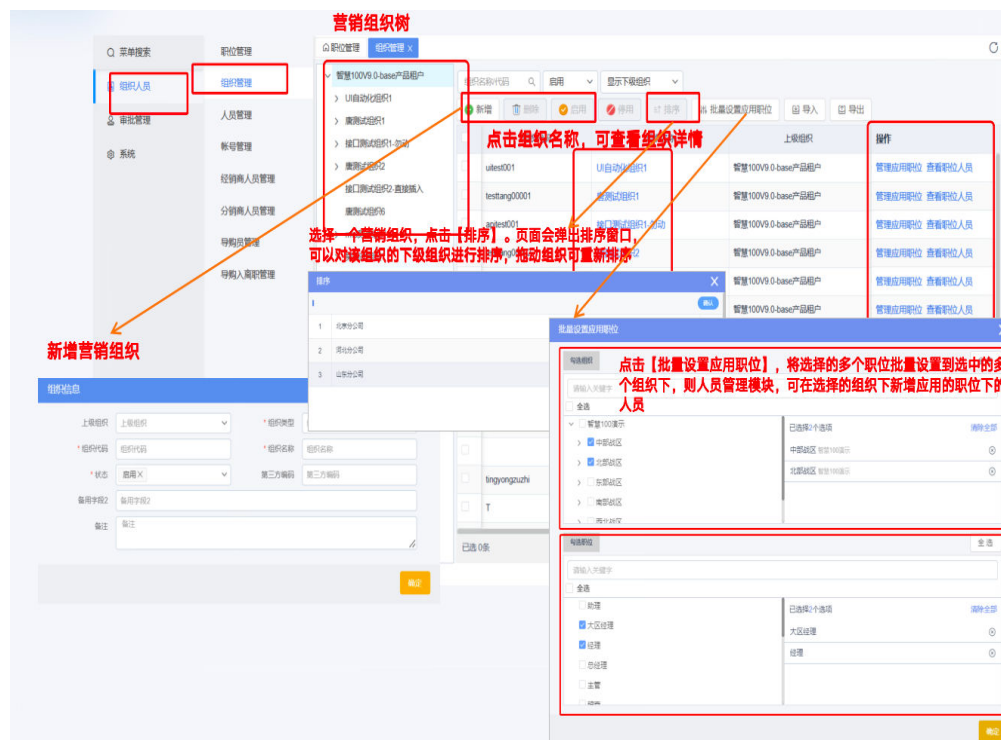
步骤4 单击“职位列表”右侧【设置应用组织】。进入“设置应用组织”页面。设置后单击【保存】

图 3-4 设置应用组织



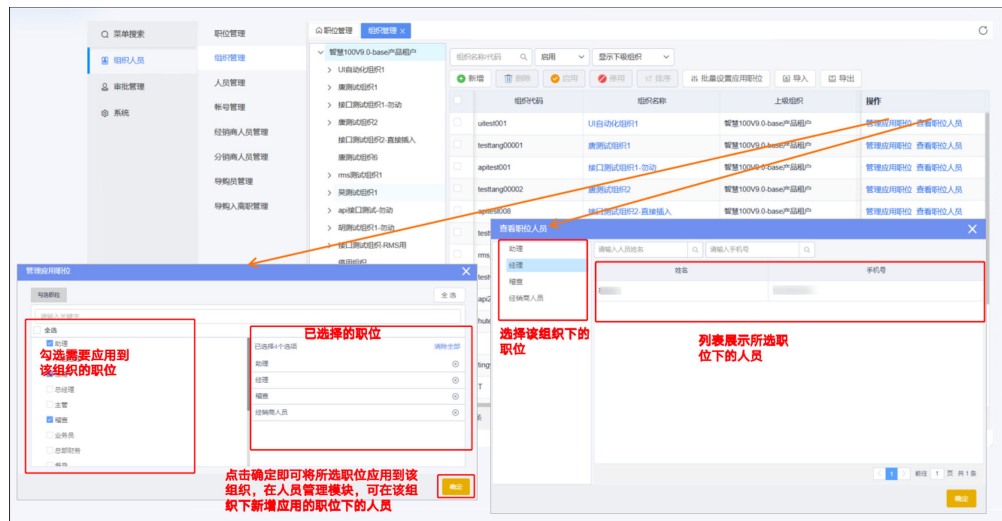
**步骤5** 新增营销组织树，单击【组织人员】-【组织管理】进入组织管理界面，在所需营销组织树下，选择新增节点后，单击【新增】进入新增营销组织设置界面，如下图所示：

图 3-5 新增营销组织树



**步骤6** 可通过单击【营销组织树】中的节点，组织列表中右边的【管理组织职位】、【查看职位人员】进行查看，进入到查看界面，如下图所示：

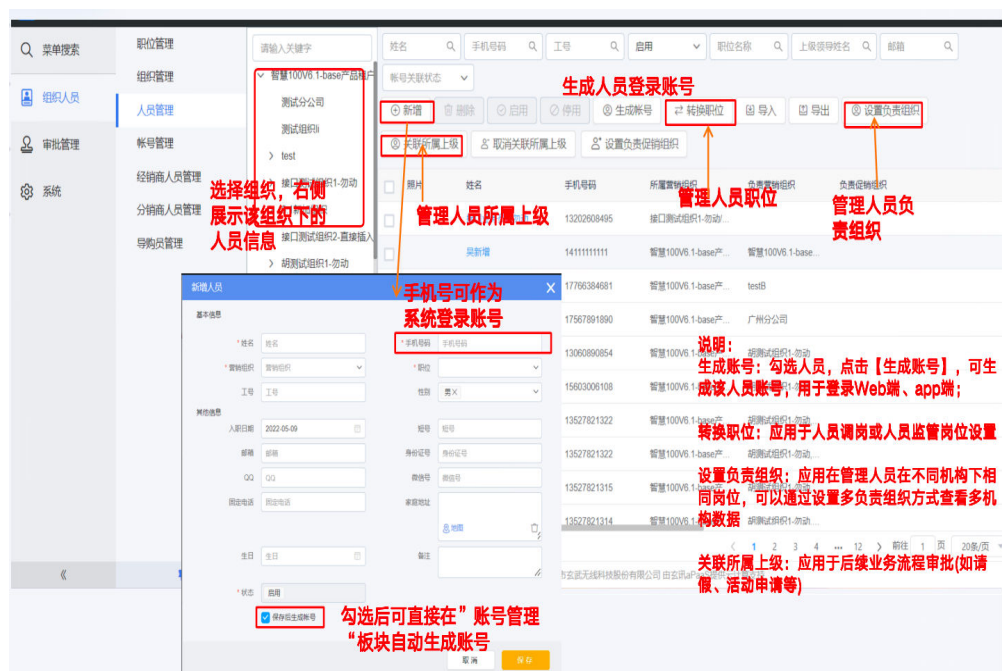
图 3-6 营销组织树



**步骤7** 以下生成职位，生成账号：勾选人员，单击【生成账号】，可生成该人员账号，用于登录Web端、app端；转换职位：应用于人员调岗或人员监管岗位设置

- 设置负责组织：应用在管理人员在不同机构下相同岗位，可以通过设置多负责组织方式查看多机构数据。
- 关联所属上级：应用于后续业务流程审批(如请假、活动申请等)

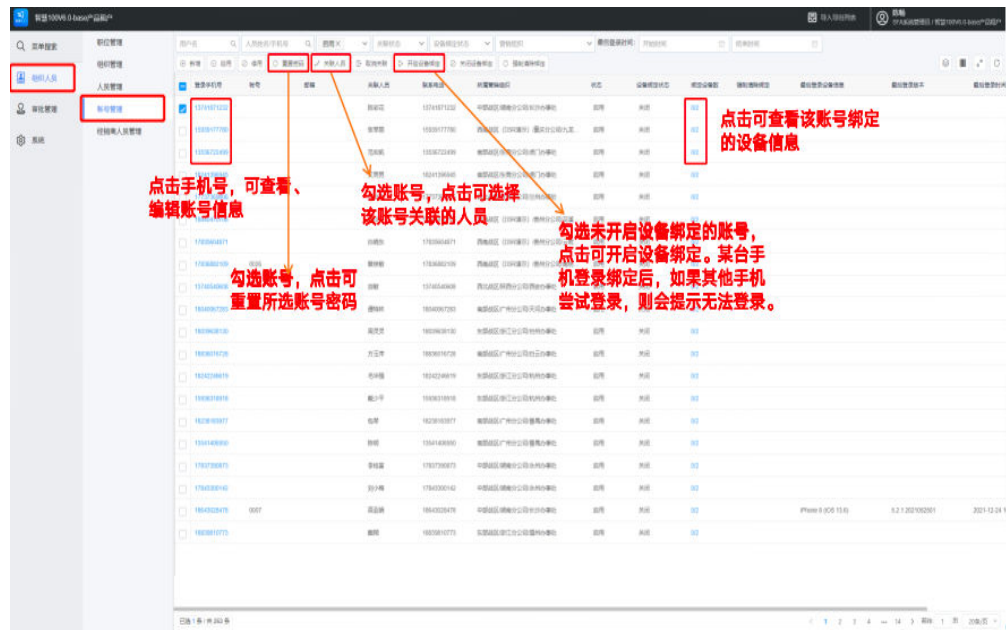
图 3-7 生成账号



**步骤8** 单击【账号管理】，可以对所有人员账号进行管理操作，如下图所示：

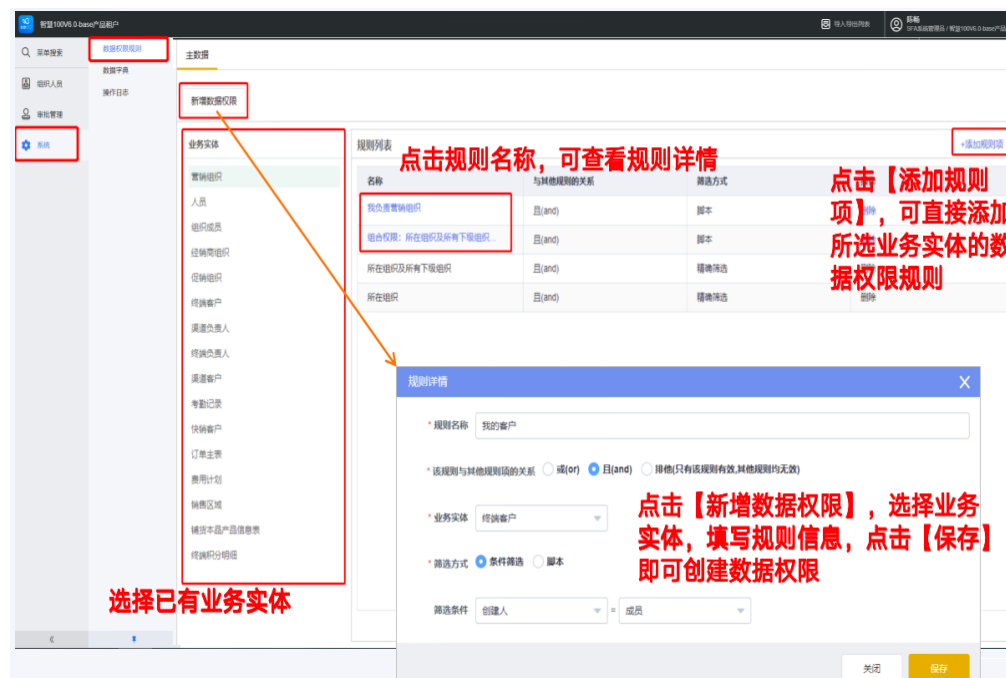


图 3-8 账号管理



**步骤9** 系统管理人员还需要进行数据字典的初始化设置，选择左侧某个字典对象，单击右侧【排序】按钮，在弹出的窗口中选择某个字典，上下拖动，调整顺序，单击【保存】按钮即可完成排序。

图 3-9 初始化设置



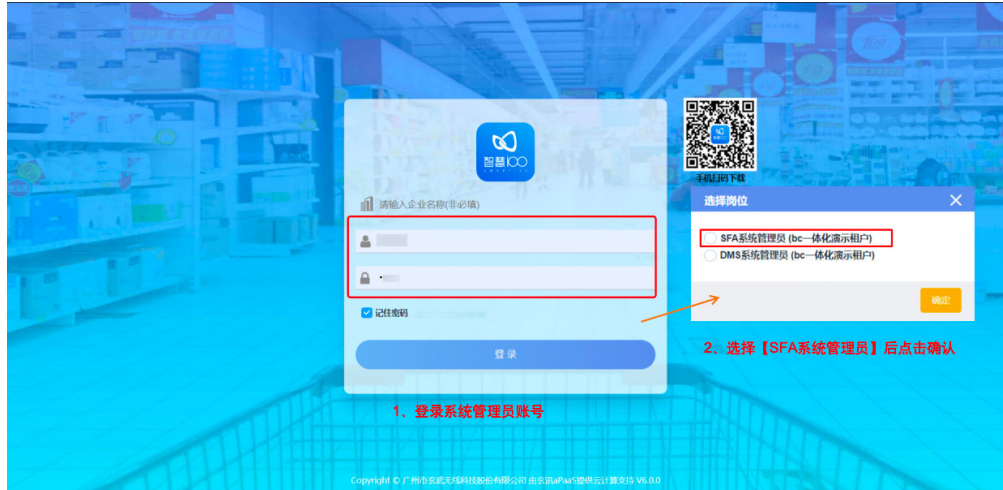
**步骤10** 保存完以上设置：组织人员包括人员账号、权限等设置。

---结束

## 系统框架管理操作

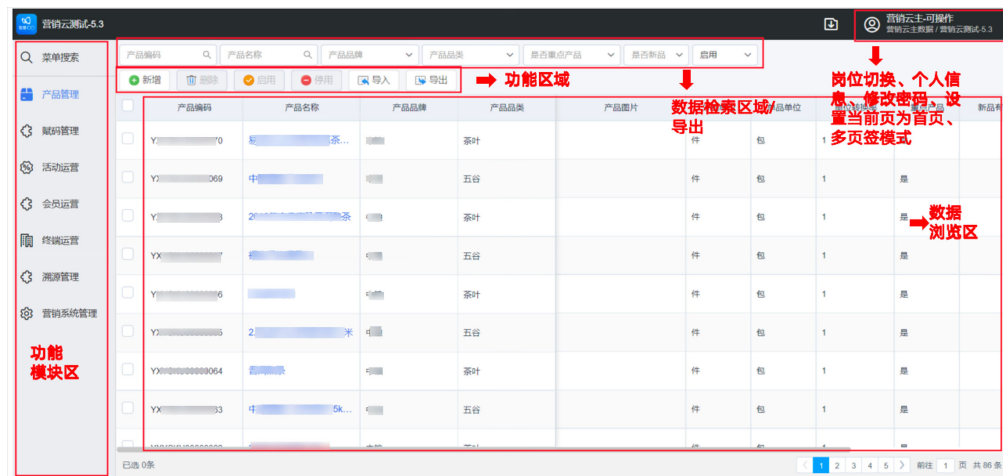
步骤1 账号+密码，登录PC端，如下图所示：

图 3-10 登录 PC 端



步骤2 界面分功能区域，模块区、数据浏览区，如下图：

图 3-11 界面分功能区域



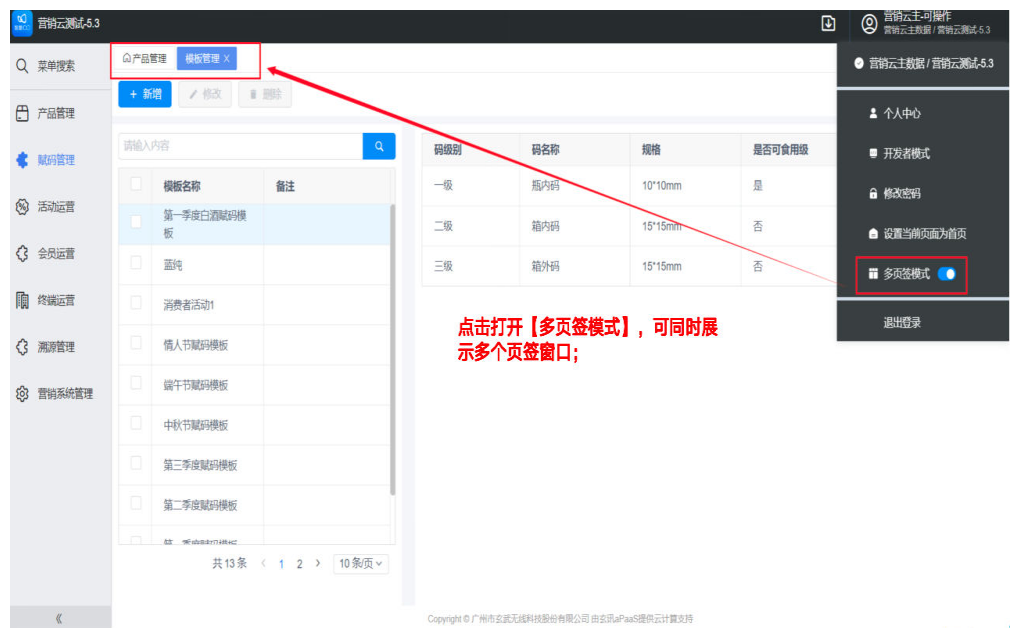
步骤3 单击【修改密码】可进行新旧密码更改，如下图：

图 3-12 修改密码



**步骤4** 当单击多个左边功能菜单时，可以多页签模式呈现，可多页切换查看、操作，如下图所示：

图 3-13 多页签模式



**步骤5** 系统框架设置

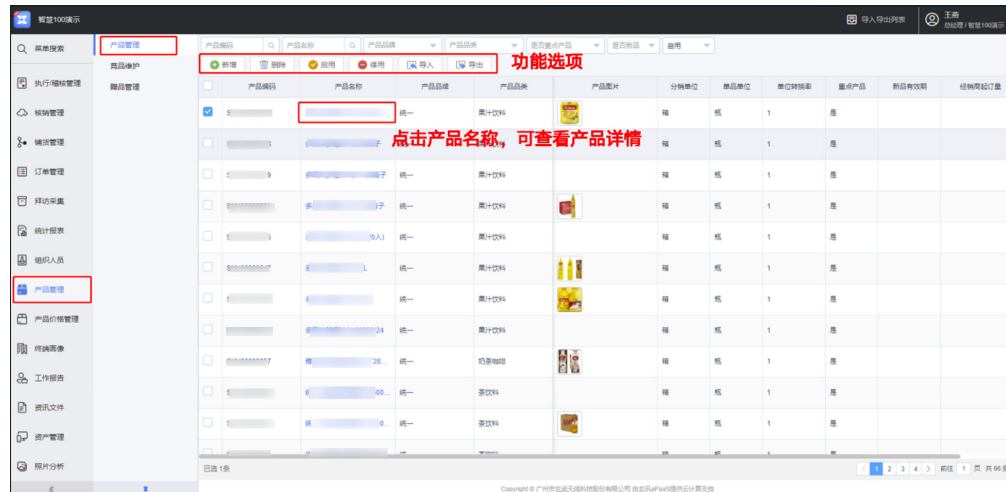
----结束

## 3.2 产品管理功能

### 产品管理操作

步骤1 单击左边功能模块区中的【产品管理】，进入到产品管理界面，如下图：

图 3-14 产品管理



步骤2 单击【新增】-进入到新增产品界面，按页面提示，填写产品信息，单击保存，始可完成产品新增，就进入产品列表页，如上图所示

步骤3 产品新增

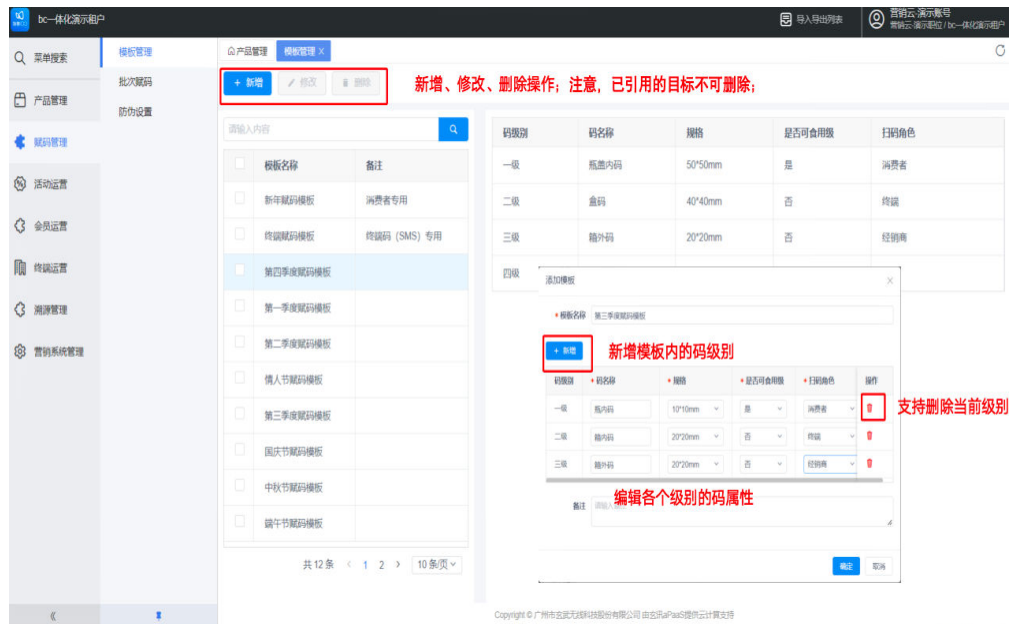
----结束

竞品、赠品的操作与产品类似。

### 物码管理操作

步骤1 单击左边功能模块区中的【赋码管理】，进入到赋码界面，如下图：

图 3-15 赋码管理



步骤2 还可批次赋码操作，单击【批次赋码】-进入如下界面，按页面相应的操作说明进行操作即可完成。

图 3-16 批次赋码



步骤3 单击【新增】，进入赋码设置，按页面设置即可

图 3-17 新增

添加批次 ✕

批次号  \* 批次名称

\* 模板名称  \* 产品分类

\* 产品名称  SKU

| 码级别 | 码名称  | * 单位                             | * 印码数量                           | * 容错率(%)                         | 码池数量? | * 赋码方式                           |
|-----|------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-------|----------------------------------|
| 一级  | 瓶盖内码 | <input type="text" value="请选择"/> | <input type="text" value="请输入"/> | <input type="text" value="请输入"/> | 0     | <input type="text" value="请选择"/> |
| 二级  | 盒码   | <input type="text" value="请选择"/> | <input type="text" value="请输入"/> | <input type="text" value="请输入"/> | 0     | <input type="text" value="请选择"/> |
| 三级  | 箱外码  | <input type="text" value="请选择"/> | <input type="text" value="请输入"/> | <input type="text" value="请输入"/> | 0     | <input type="text" value="请选择"/> |
| 四级  | 箱内码  | <input type="text" value="请选择"/> | <input type="text" value="请输入"/> | <input type="text" value="请输入"/> | 0     | <input type="text" value="请选择"/> |

容错率合理区间为0~20%

备注

### 说明

- 新增/修改批次信息
- 选择模板后，列表将回显出对应的模板数据
- 单位：选择单位，对应是当前产品的分销单位/单品单位，将会应用到扫码收货
- 印码数量：为在线赋码方式的实际使用数量
- 容错率：为印码过程中允许印坏的数量，合理区间为0~20%
- 码池数量：印码数量 \* (1 + 容错率)，在线赋码限制3000万，离线赋码限制104万，单击确定时做校验
- 赋码方式：在线赋码和离线赋码，在线赋码为将码包推送给印码厂商进行喷码，离线赋码则可以下载码包自行与印码厂商对接

### 步骤4 查看赋码设置

图 3-18 批次详情

← 批次详情 ✕

**支持【提交在线赋码】【下载码包】【离线印刷】**

| <input type="checkbox"/> | 码级别 | 码名称  | 单位 | 印码数量 | 码池数量 | 码规格     | 是否可查用度 | 扫码角色 | 赋码方式 | 印码状态 | 激活状态 | 操作 |
|--------------------------|-----|------|----|------|------|---------|--------|------|------|------|------|----|
| <input type="checkbox"/> | 一级  | 瓶盖内码 | 箱  | 10   | 11   | 50*50mm | 是      | 消费者  | 离线   | 印刷完成 | 已激活  | 激活 |
| <input type="checkbox"/> | 二级  | 箱内码  | 箱  | 5    | 6    | 40*40mm | 否      | 经销商  | 离线   | 未印刷  | 未激活  | 激活 |
| <input type="checkbox"/> | 三级  | 箱外码  | 箱  | 1    | 2    | 20*20mm | 否      | 经销商  | 离线   | 未印刷  | 未激活  | 激活 |

### 说明

- 展示进入批次的所有码级别信息
- 提交在线赋码：勾选在线赋码数据，单击【提交在线赋码】按钮后，将码包推送给印码厂商进行喷码
- 下载码包：勾选离线赋码数据，单击【下载码包】按钮后，将码包以EXCEL的形式下载到本地
- 离线赋码：勾选离线赋码数据，单击【离线赋码】按钮后，勾选的数据状态更改为已印刷，系统判断为对应的码已经全部印刷完成
- 激活：单击激活，则将当前级别的码包全部激活，可被有效扫描，防止盗刷

### 步骤5 赋码设置及管理

----结束

# 4 修订记录

表 4-1 修订记录

| 发布日期       | 修订记录     |
|------------|----------|
| 2024-10-15 | 第一次正式发布。 |