



制造业数字化营销分析与整合方案

承接集团销售目标，构建营销管理指标体系，实现营销管理精细化

目录

01 现状与挑战

02 建设思路

03 建设方案

04 最佳实践

CONTENTS



01 现状与挑战

行业现状

面临挑战

破局思路



市场竞争激烈，产品同质化严重，难以突出优势



客户需求多样化，难以满足不同客户的个性化需求



渠道建设不足，销售渠道单一，难以覆盖更广泛的市场



销售团队管理不当，销售人员素质不高，难以有效开拓市场



缺乏有效的市场营销策略和推广手段，难以提高品牌知名度和市场份额

销售目标制定缺乏科学依据

1

销售目标、营销策略的制定缺乏科学依据，没有清晰的数据来源对业务进行分析支撑，存在拍脑袋现象，导致目标制定不准确、策略不精准。

过程执行与业绩分析缺乏全面数据支持

2

缺乏对销售业务过程的全透明管理，不清楚当前业绩到什么程度，没有有效的监督工具。对业绩结果的分析流于表面，数据难以支撑深度下钻分析。

业务查询及探索缺乏数据支持

3

销售业务数据查询需要跨CRM、ERP、WMS等多系统，查询繁琐，不方便一线使用；销售业绩数据整合、清洗、合并依赖线下处理，数据处理、分发时间较长

提升营销管理能力



数字化营销战略

提高营业收入，提高市场占比，
提升品牌知名度

销售各业务管理

进行数字化营销分析体系构建，开发市场分析、
客户管理、渠道管理、销售业务、产品分析等业
务看板，扩大市场覆盖，提升销售收入

营销自助分析平台搭建，提升人效

进行营销业务数据加工，梳理营销分析指标，提
供给销售人员拖拉拽实现业务探索

完善数据底层，并进行销售业务固定报表搭建

打通各业务系统数据，同步数据填报及导入，
完善数据底层，结合销售业务需求搭建固定业
务报表，实现降本增效



建立数字化营销指标体系，
成为企业营销管理的重要抓手！



02 建设思路

战略承接

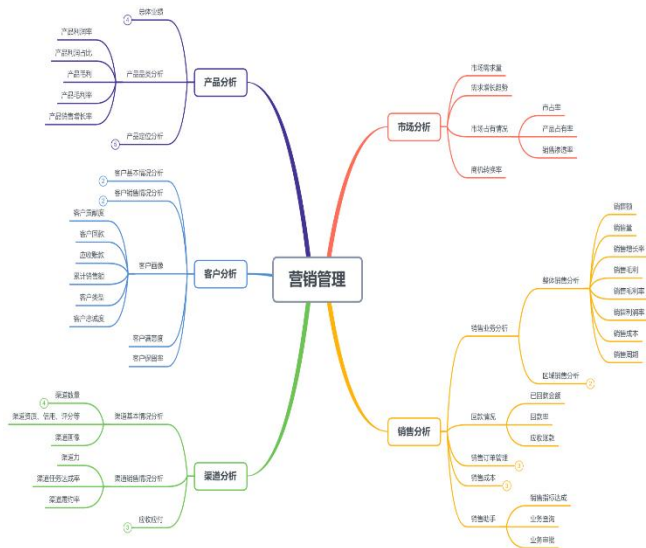
指标体系

数字化经营管理平台

构建企业指标体系

Step1

- 根据企业经营战略搭建梳理企业指标管理体系。



构建企业指标模型与分析平台

Step2

- 搭建基于智能管理分析的指标模型和指标应用平台，形成数据化企业经营核心驱动力。

指标管理平台

指标定义
指标加工
指标计算
指标存储
指标发布
...

指标应用平台

自助分析
交互式仪表盘
固定报表
大屏可视化
数据挖掘
...

构建企业经营分析应用场景

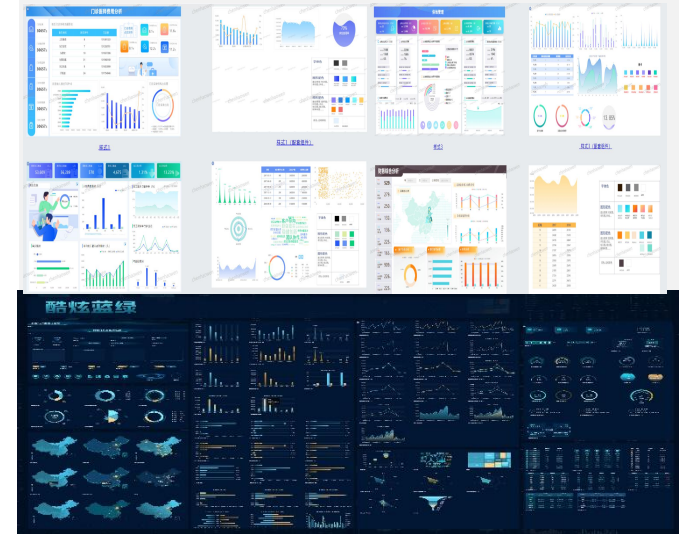
Step3

- 建设企业经营管理平台，统一企业分析入口，根据不同角色需求，建立如驾驶舱、报表平台、自助分析等多样化分析应用，提高企业经营能力。

分析方法

比较分析
比率分析
趋势分析
因素分析
阈值预警
模拟预测...

行业分析模板库与UI模板库

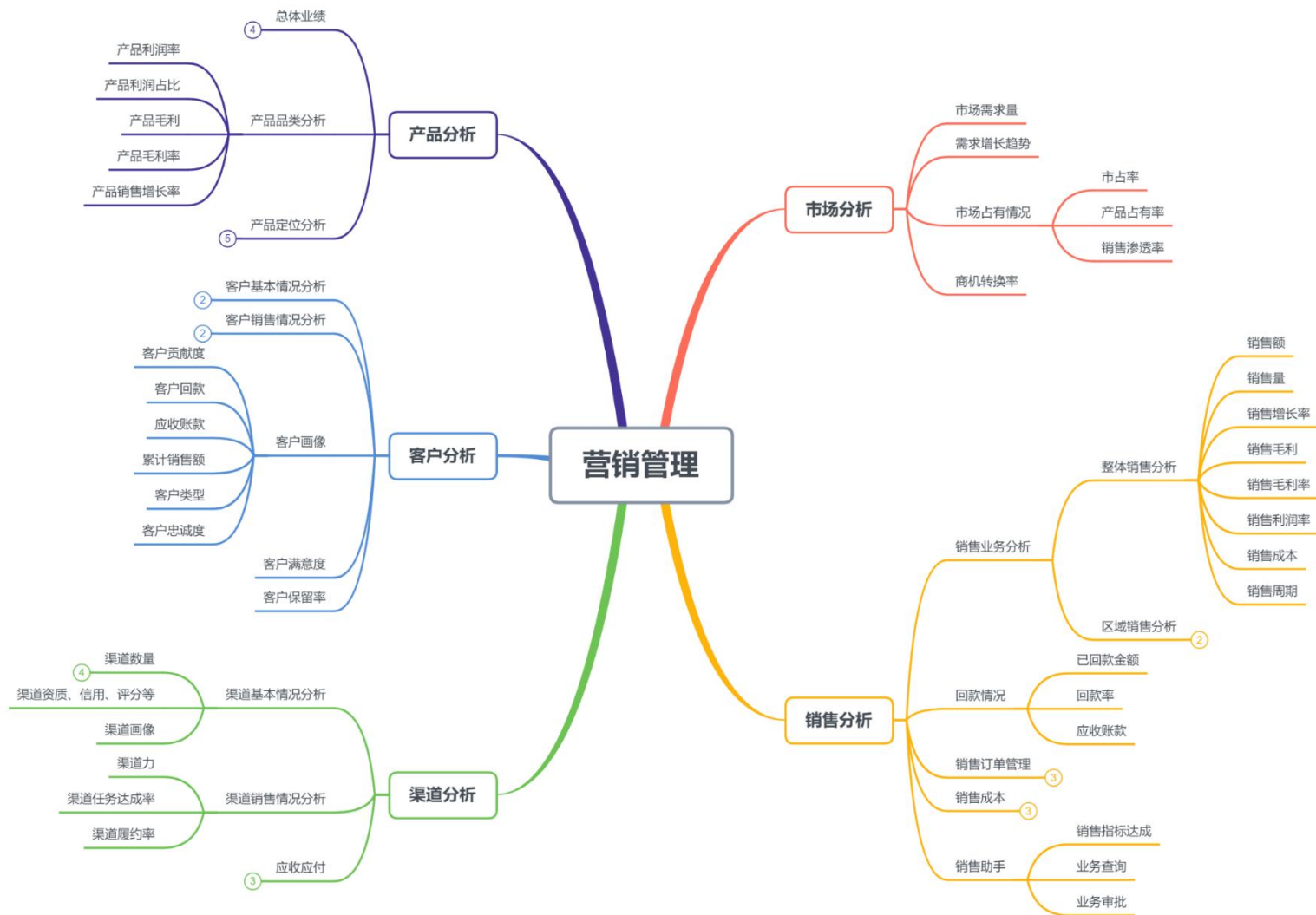
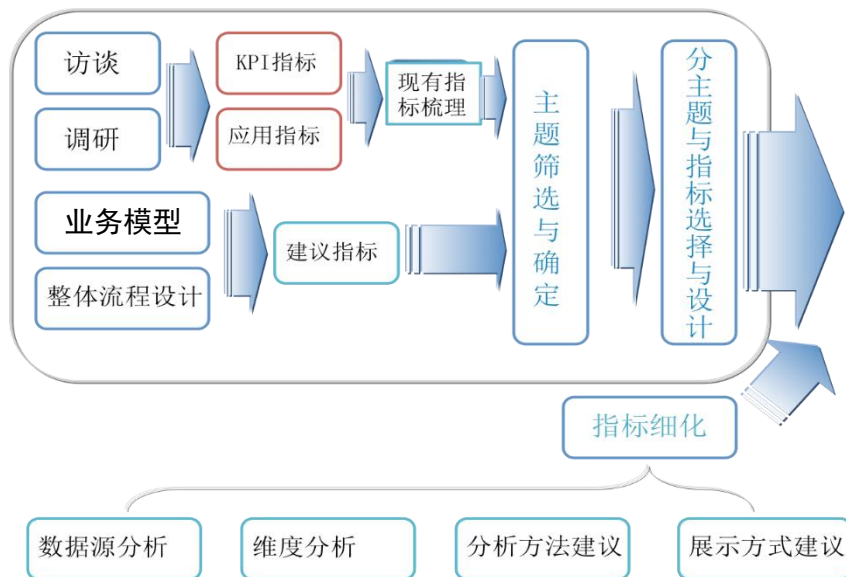


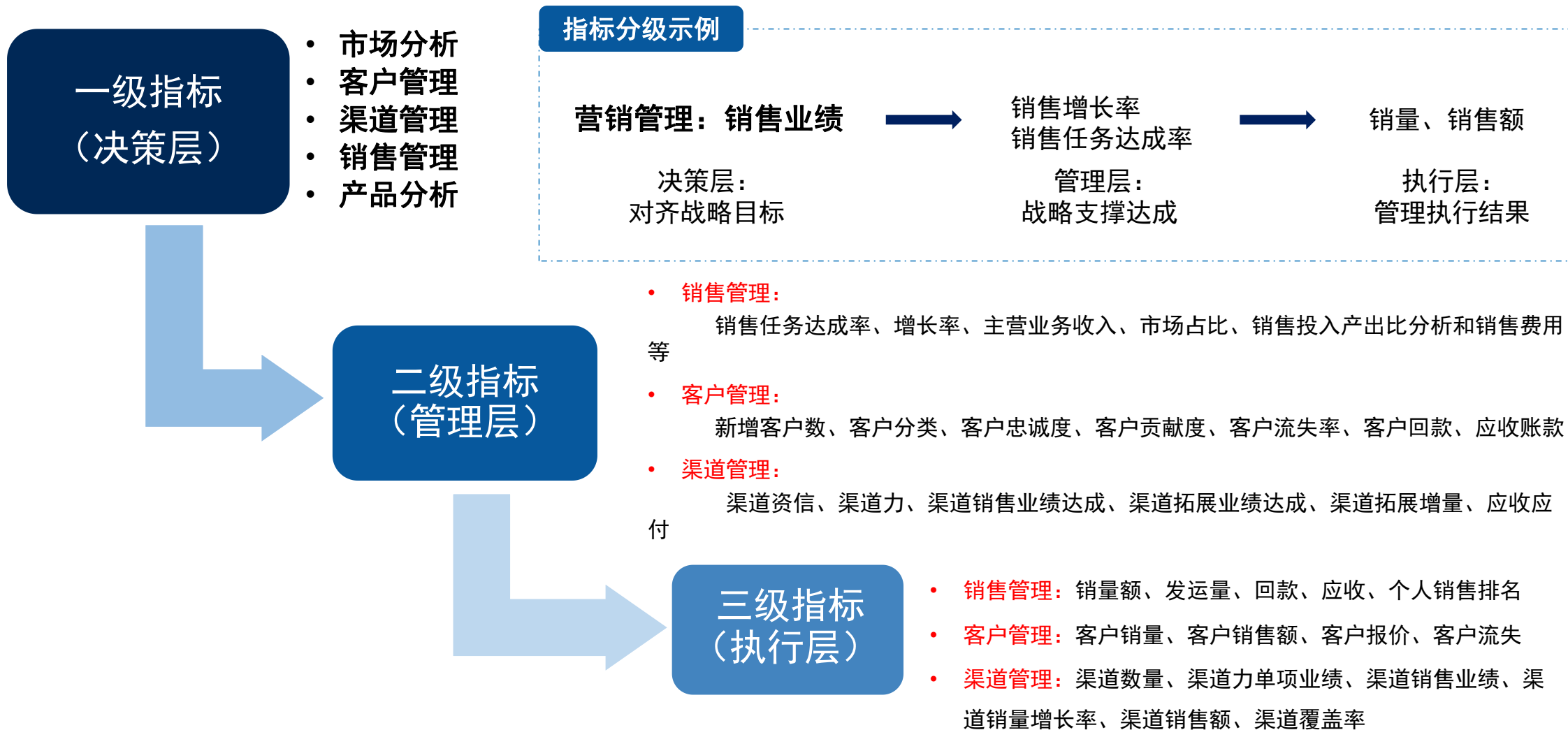
能力支撑

行业指标体系模板

行业指标ABI平台

行业分析模板与UI模板库





建设目标-基于指标体系，构建数字化营销管理平台

SMARTBI 思迈特软件

通过数字化营销管理平台，以度量化方式去衡量企业销售状况与问题症结点，对齐上下目标，方便校正执行偏差，实现数据修正决策。



+



=



企业级指标体系

指标体系

- 市场分析
- 产品分析
- 销售管理
- 客户管理
- 渠道管理

基于指标的ABI平台

指标管理

- 指标定义
- 指标计算
- 指标发布
- 指标存储

指标应用

- 固定报表
- 自助分析
- 交互式仪表盘
- 数据挖掘

数字化营销管理平台

一个营销管理大屏、
五大业务分析场景



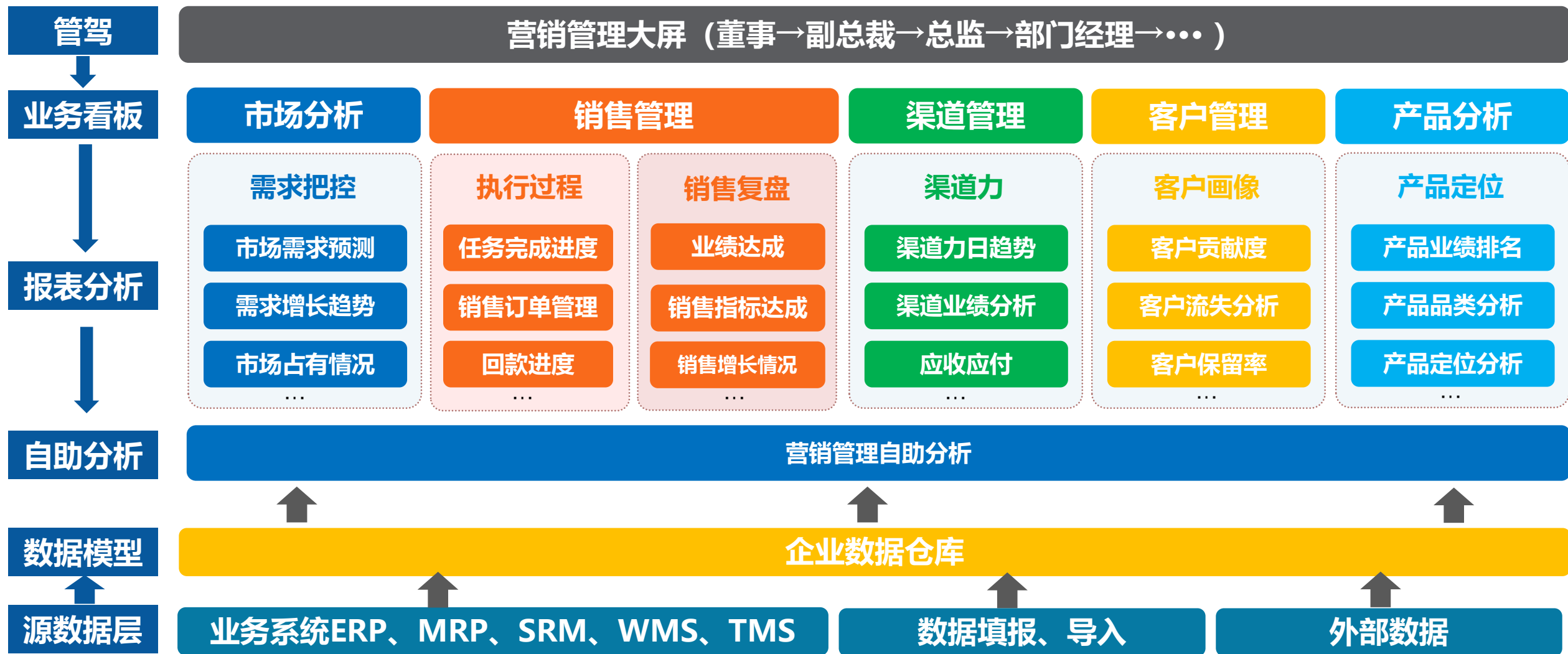
03 建设方案

业务方案

技术方案

营销管理方案框架（1+5）

基于分析体系，落地数据模型，构建以**发现问题**→**定位问题**→**根因分析**→**业务优化**为核心的四层架构呈现经营全貌



统计维度:

年、月、事业部、组织机构、产品类型、国内外区域、渠道分类

统计指标

销售额、销售量、销售利润、费用预算、销售费用、回款金额、目标完成、账期、未收金额/已收金额等。

分析重点:

通过对不同事业部营销重点指标如市场覆盖、销售任务达成、渠道分析、商务分析、销售收入的监控分析,可使各事业线层级领导更直观、全面、多维的看到总体营销概况。



统计维度：

年、月、事业部、组织机构、产品类型、国内外区域、渠道分类

统计指标

销售额、销售量、销售利润、需求趋势、市场份额、需求预测、市场占有率、目标完成、账期、未收金额/已收金额等。

分析重点：

通过对整个市场重点指标如市场覆盖、销售任务达成、商务分析、市场份额等，可使各事业线层级领导更直观的看到总体市场概况和竞争情况，寻找差异化优势。



统计维度：

年、月、事业部、组织机构、产品类型、国内外区域、渠道分类

统计指标

销售额、销售量、目标达成率、销售增长率、月目标达成率等。

分析重点：

通过从时间、区域、产品类型等维度监控目标达成情况，明确当前销售任务达成进度，协助销售领导及时调整跟进策略。



统计维度：

年、月、事业部、组织机构、产品类型、国内外区域、渠道分类

统计指标

销售额、销售量、目标达成率、销售增长率、回款额、应收、销售额同比、累计销售额等。

分析重点：

通过对销售业绩分析，做好整个销售业务复盘，明确当前业绩完成的好与不好的点，分析销售目标达成差距，优化销售策略，提升销售业绩。

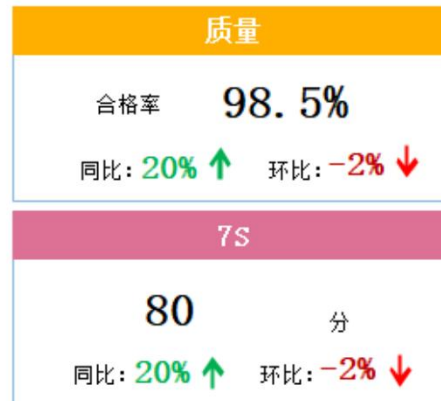
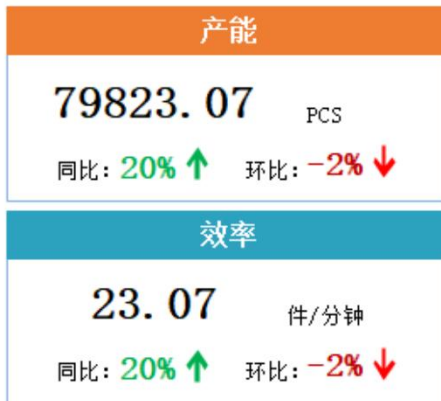




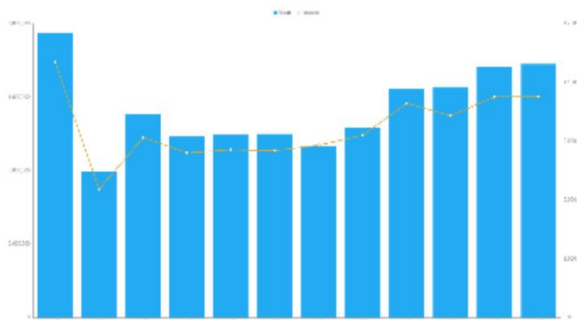
班组赛马场



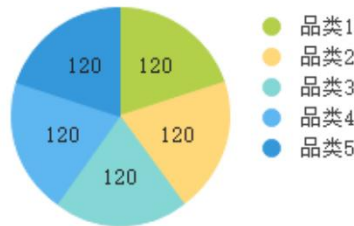
产能 成本 7S



班组产能趋势分析



班组品类产能



产品线产能排名

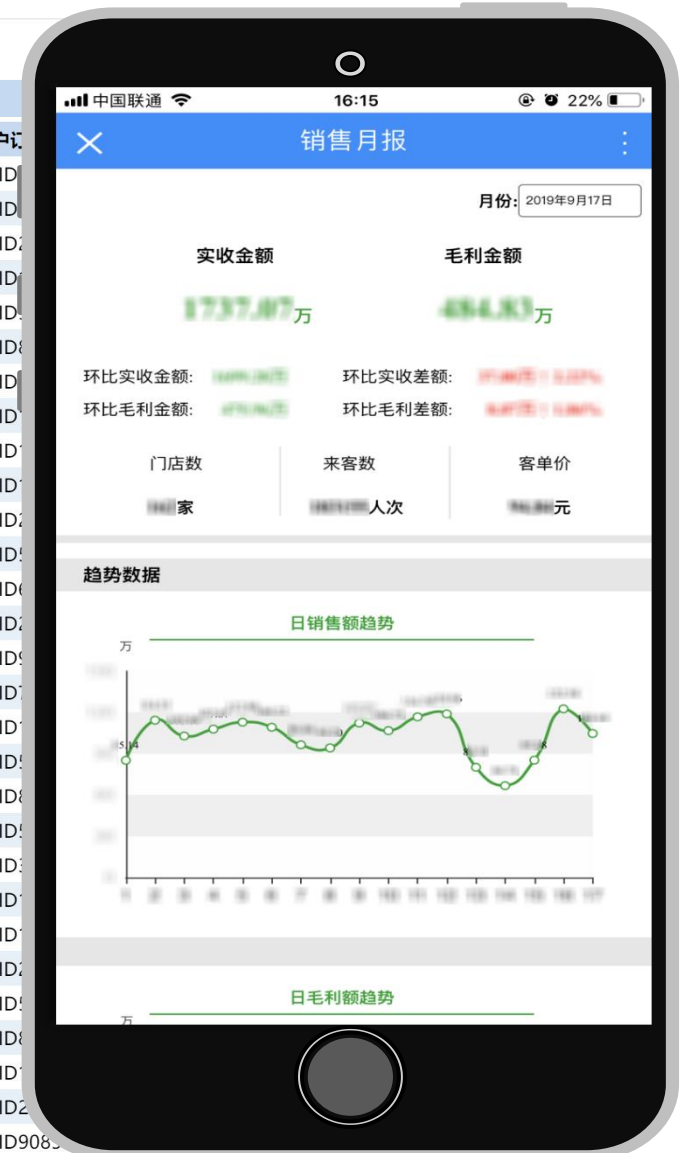
TOP BOTTOM

品类	销量	销售额	库存数量	库存余额	库存周转天数
饮料	1344	1342.33	21	342.34	4
日杂	1298	1345.33	32	324.34	5
生鲜	1123	1322.33	21	306.34	43
化妆品	1034	1122.33	1	288.34	2
烟酒	924	1112.33	3	270.34	4
小食	813	1044.03	3	252.34	24
洗涤用品	703	975.73	45	234.34	5
粮油	592	907.43	4	216.34	4
家庭日用	482	839.13	21	198.34	24
其他	371	770.83	21	180.34	5

发票明细

客户 开始日期* 截止日期*

单据编号	合同查询	发票日期	区域	客户名称	产品名称	产品型号	数量	含税金额	税率	部门
BILL_ID630501	DOC	BILL_ID1062001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	402	349	REMARKS_DEL1062001	CUS_ORD_ID
BILL_ID202501	DOC	BILL_ID74001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	398	139	REMARKS_DEL74001	CUS_ORD_ID
BILL_ID1754001	DOC	BILL_ID230501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	295	155	REMARKS_DEL230501	CUS_ORD_ID
BILL_ID1449501	DOC	BILL_ID198001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	177	295	REMARKS_DEL198001	CUS_ORD_ID
BILL_ID1980501	DOC	BILL_ID972001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	854	645	REMARKS_DEL972001	CUS_ORD_ID
BILL_ID1240501	DOC	BILL_ID806501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	283	342	REMARKS_DEL806501	CUS_ORD_ID
BILL_ID680001	DOC	BILL_ID1333501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	398	382	REMARKS_DEL1333501	CUS_ORD_ID
BILL_ID1398501	DOC	BILL_ID1283001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	393	231	REMARKS_DEL1283001	CUS_ORD_ID
BILL_ID1941001	DOC	BILL_ID1638501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	104	173	REMARKS_DEL1638501	CUS_ORD_ID
BILL_ID1746001	DOC	BILL_ID1125501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	186	411	REMARKS_DEL1125501	CUS_ORD_ID
BILL_ID2131501	DOC	BILL_ID2030001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	720	449	REMARKS_DEL2030001	CUS_ORD_ID
BILL_ID1405501	DOC	BILL_ID544501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	746	250	REMARKS_DEL544501	CUS_ORD_ID
BILL_ID1885501	DOC	BILL_ID673001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	1001	1564	REMARKS_DEL673001	CUS_ORD_ID
BILL_ID1576001	DOC	BILL_ID2206501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	147	468	REMARKS_DEL2206501	CUS_ORD_ID
BILL_ID1584001	DOC	BILL_ID918001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	474	590	REMARKS_DEL918001	CUS_ORD_ID
BILL_ID1856501	DOC	BILL_ID737501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	288	441	REMARKS_DEL737501	CUS_ORD_ID
BILL_ID1772501	DOC	BILL_ID1771501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	364	400	REMARKS_DEL1771501	CUS_ORD_ID
BILL_ID1070501	DOC	BILL_ID561001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	616	932	REMARKS_DEL561001	CUS_ORD_ID
BILL_ID2251501	DOC	BILL_ID867501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	369	442	REMARKS_DEL867501	CUS_ORD_ID
BILL_ID2290001	DOC	BILL_ID584001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	1155	1520	REMARKS_DEL584001	CUS_ORD_ID
		BILL_ID388001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	329	309	REMARKS_DEL388001	CUS_ORD_ID
		BILL_ID1509001		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	945	786	REMARKS_DEL1509001	CUS_ORD_ID
		BILL_ID1604501		上海台沪自动化科技有限公司	中高压	TD14D-12/1350-5L	297	422	REMARKS_DEL1604501	CUS_ORD_ID
		BILL_ID2296001		上海台沪自动化科技有限公司	可调电容	TD14A-12/1640-30N	154	335	REMARKS_DEL2296001	CUS_ORD_ID
		BILL_ID530501		上海台沪自动化科技有限公司	可调电容	TD14A-12/1640-30N	759	634	REMARKS_DEL530501	CUS_ORD_ID
		BILL_ID818001		上海台沪自动化科技有限公司	可调电容	TD14A-12/1640-30N	436	164	REMARKS_DEL818001	CUS_ORD_ID
		BILL_ID1646501		上海台沪自动化科技有限公司	可调电容	TD14A-12/1640-30N	403	442	REMARKS_DEL1646501	CUS_ORD_ID
		BILL_ID2326001		上海台沪自动化科技有限公司	可调电容	TD14A-12/1640-30N	149	347	REMARKS_DEL2326001	CUS_ORD_ID
		BILL_ID908501		上海台沪自动化科技有限公司	可调电容	TD14A-12/1640-30N	179	196	REMARKS_DEL908501	CUS_ORD_ID



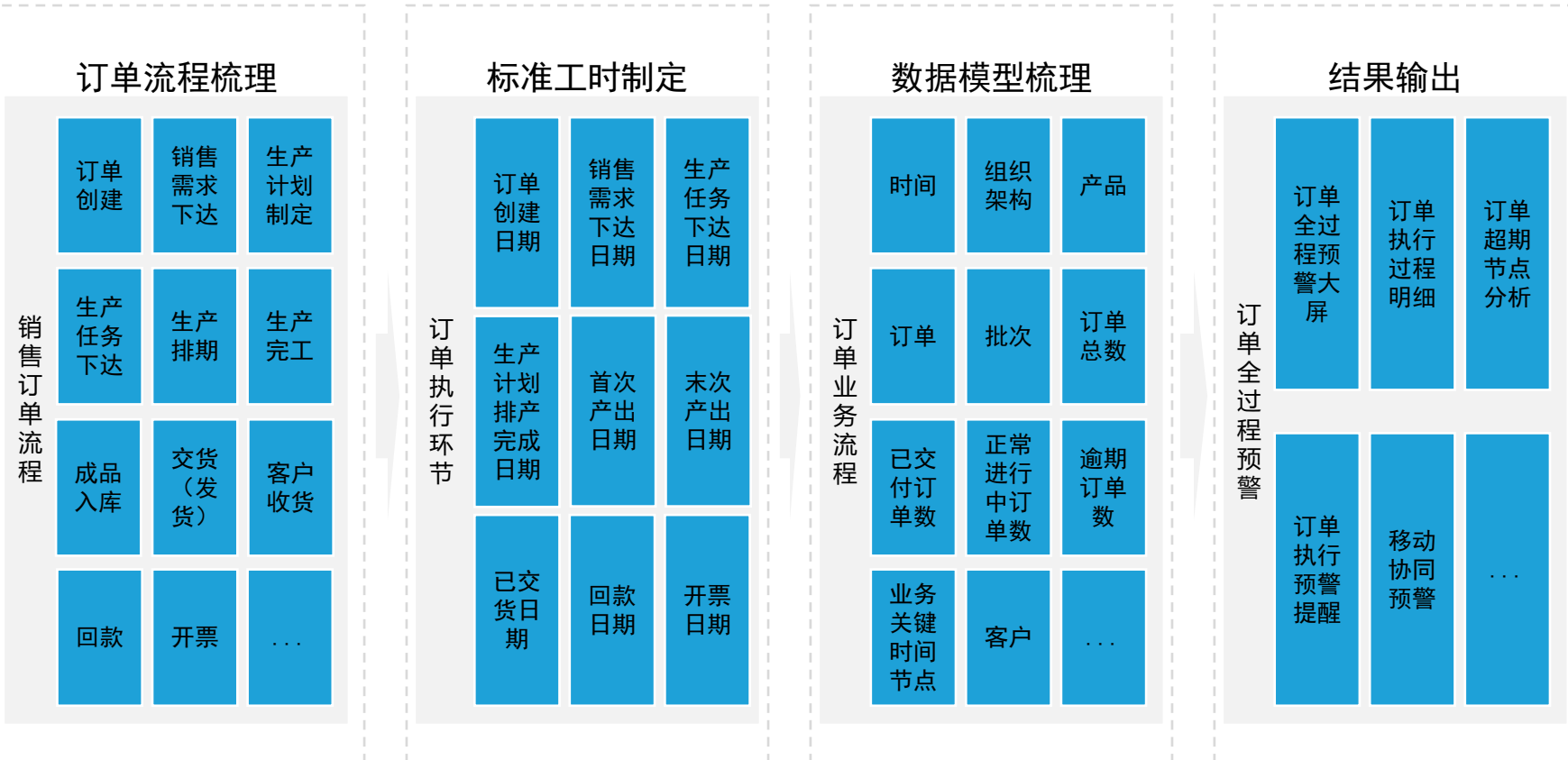
销售管理-订单执行全流程监控预警，稳步提升生产效率 SMARTBI 思迈特软件

痛点分析

销售订单流程执行过程管控“难”

1. 由于缺乏订单执行过程全面监控的支撑，无法了解到各业务流程执行现状的“真实”情况
2. 原有的系统和分析，只是知道发生了什么结果，缺乏对过程情况的实时把控，不能做到有效且及时的业务干预
3. 订单流程延期后，不清楚到底是哪个环节导致的整体延误，整改措施缺乏有效的判断依据

解决方案



建设成效 (示例)

订单执行全过程预警



订单执行预警提醒

订单执行预警提醒

序号	物料	规格	数量	单位	计划日期	实际日期	预警类型	预警等级
1	逾期	高
2	逾期	中
3	逾期	低
4	逾期	高
5	逾期	中
6	逾期	低
7	逾期	高
8	逾期	中
9	逾期	低
10	逾期	高
11	逾期	中
12	逾期	低
13	逾期	高
14	逾期	中
15	逾期	低
16	逾期	高
17	逾期	中
18	逾期	低
19	逾期	高
20	逾期	中

订单超期节点

订单超期节点分析

物料	规格	数量	单位	计划日期	实际日期	预警等级
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...	中
...	低
...	高
...		

统计维度：

年、月、事业部、组织机构、产品类型、区域、渠道分类、顾客类型

统计指标

销售额、销售目标达成率、经销商销售排名、销售增长率、销售额同比增速、品类销售额、毛利、毛利率等。

分析重点：

通过从国际、国内各地区、时间、组织机构、产品类型等维度，分析经销商的销售业绩，对各经销商的渠道力进行多维度分析，协助进行渠道管理，提升渠道力。



统计维度：

时间、区域、办事处、分支机构、客户类型、产品类型等

统计指标：

销售额、销售量、应收账款、回款、客户活跃度、贡献度、累计销售金额、增长率、客户忠诚度等

分析重点：

分析2B客户的各项指标如销售额、销售量、贡献度、增长情况、回款及应收情况，构建客户画像，为精准营销提供科学依据。



客户管理-2C客户群体画像，发掘潜在优质客户，降低客户流失

SMARTBI 思迈特软件

统计维度：

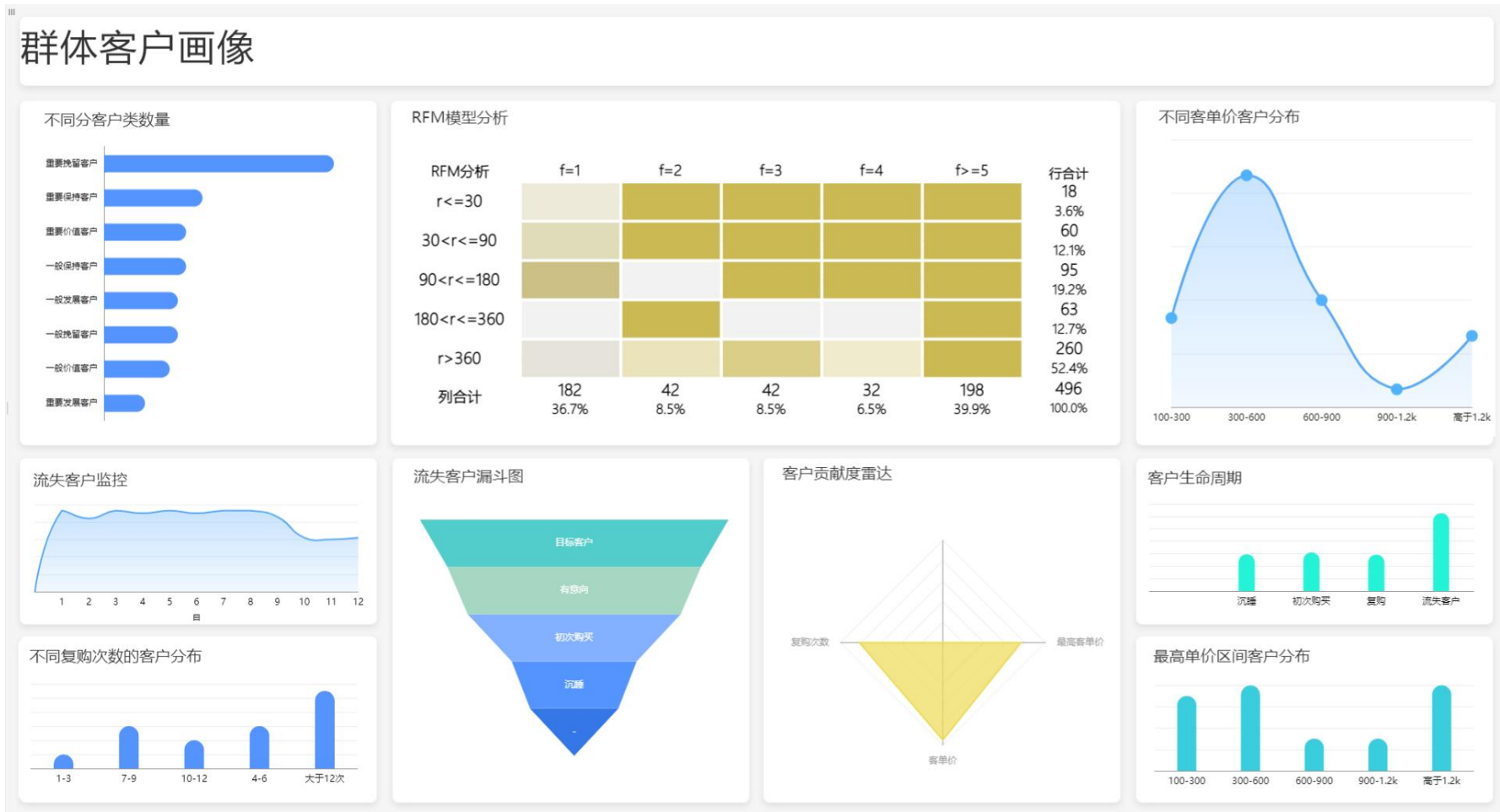
时间、客户分类、区域、分支机构、产品类型等

统计指标：

客户数量、消费频率、客单价、客户流失率、客户复购率、客户贡献度、客户生命周期等

分析重点：

针对2C客户，进行客户分类分析，对不同类型的客户制定对应的跟进策略，发掘潜在客户，促进客户转化，降低客户流失率。



统计维度：

年、月、事业部、组织机构、产品类型、国内外区域、渠道分类

统计指标

销售金额、销售成本、净利润、销量、利润、毛利率等。

分析重点：

通过从国际、国内各地区、时间、组织机构、产品类型等维度，分析不同各产品线的销售金额、销售量、成本、净利润和利润贡献等情况，从利润和销量中对产品进行定位，寻找高利润高销量的产品，开展不同的产品销售政策。

产品分析看板

产品销售总金额(万元)

803.97万

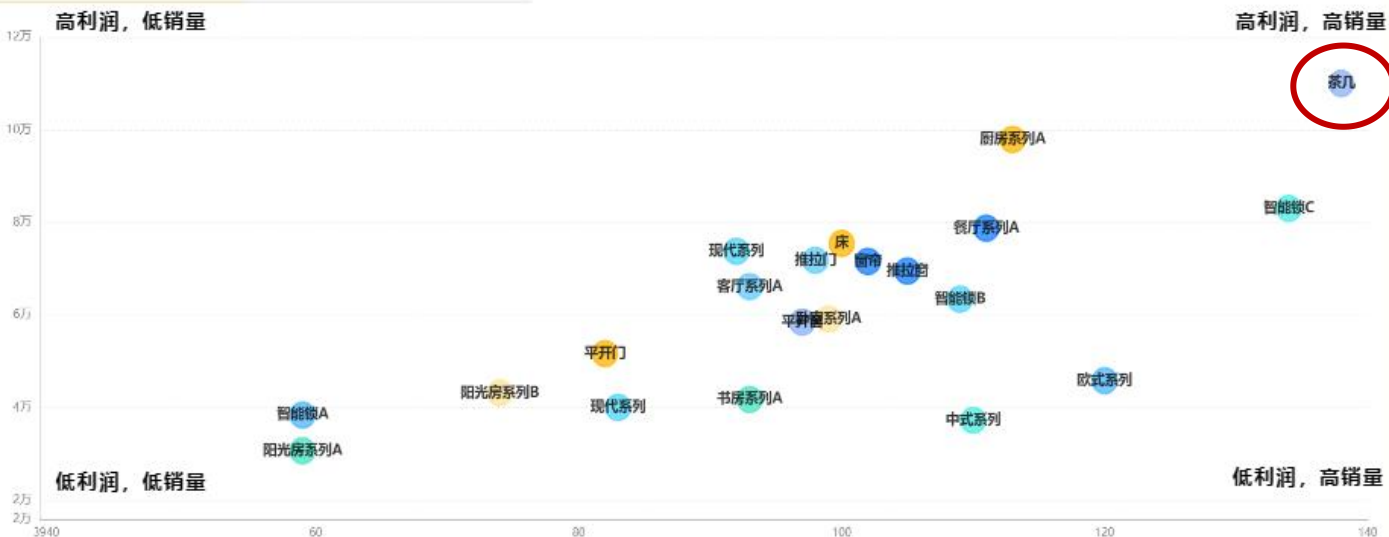
产品销售总成本(万元)

565.84万

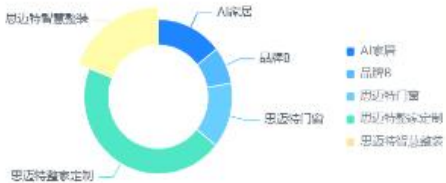
净利润(万元)

238.13万

产品定位分析



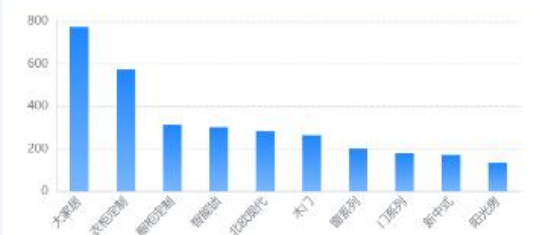
产品利润占比

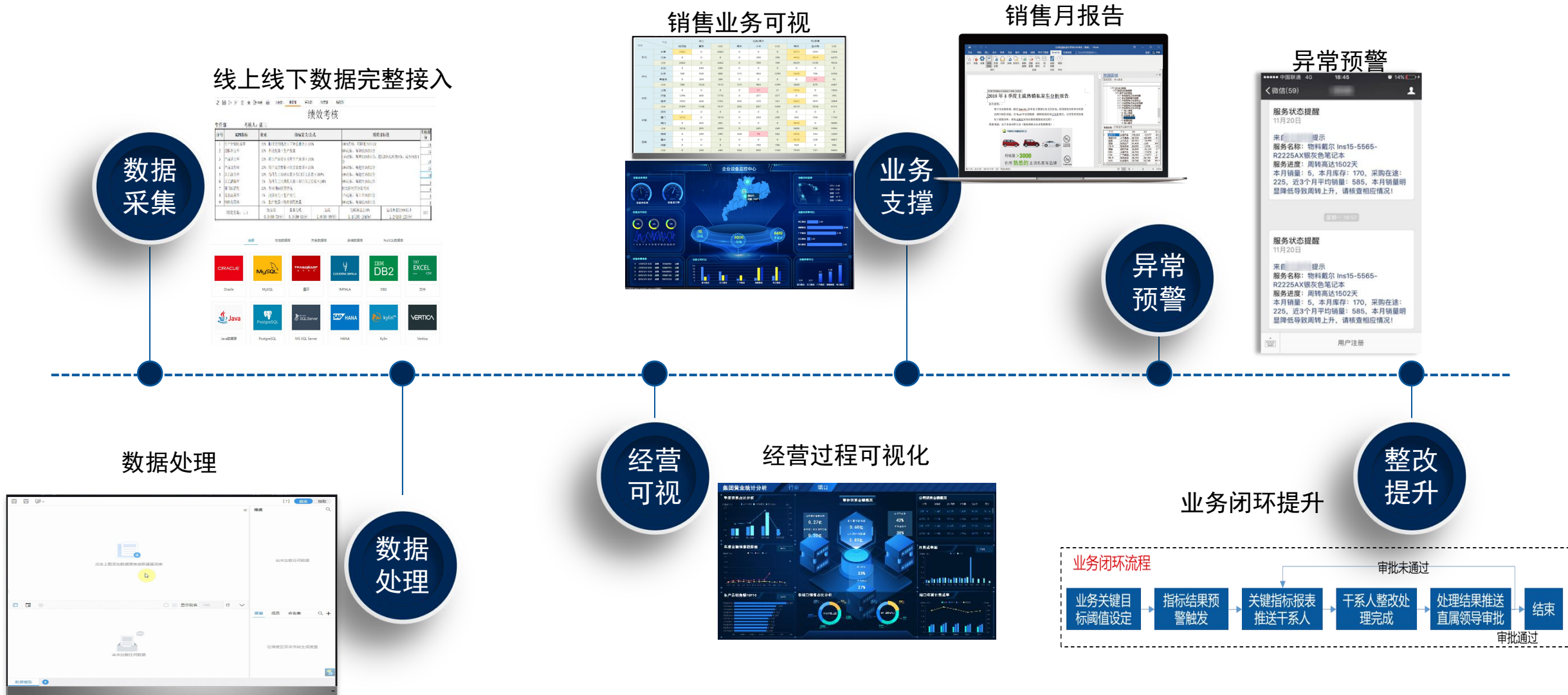


毛利率TOP5产品



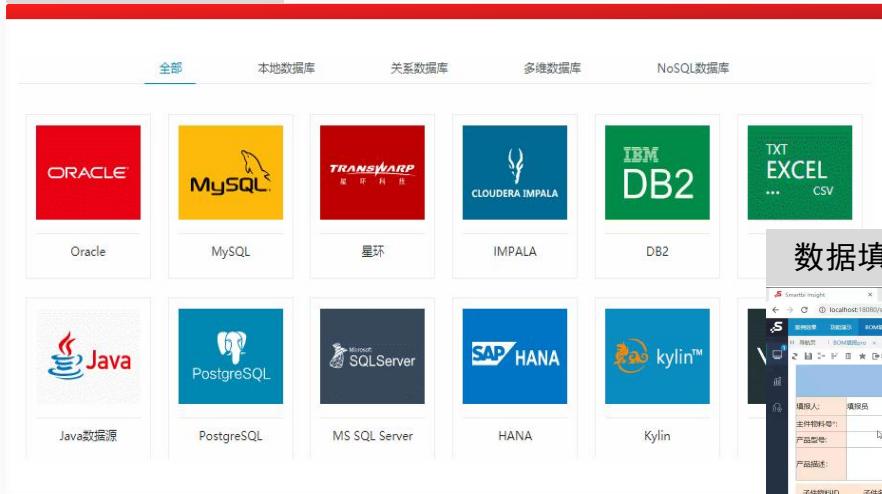
热销产品线TOP10





- **适用场景：**制造企业经营过程中多个环节用线下表单记录过程数据，如销售计划录入、客户拜访计划录入、拜访行程录入等，长此以往，数据缺失、不准确等现象频出，也难以做到数据溯源。
- **解决问题：**通过Smartbi数据采集功能，实现销售计划在线录入，客户拜访计划录入、呆滞客户合并及时导入，帮助企业完善数据收集，并通过流程审批确保数据准确真实。
- **价值点：**及时挽回数据损失，保障数据完善

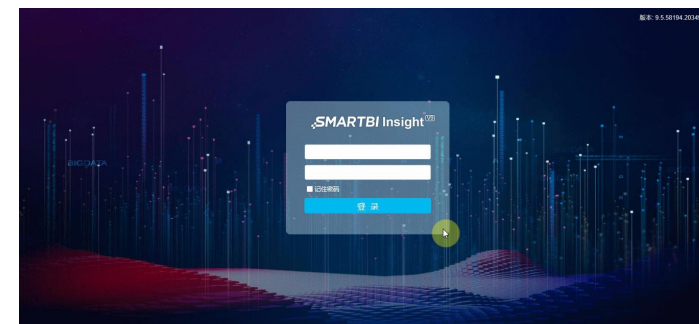
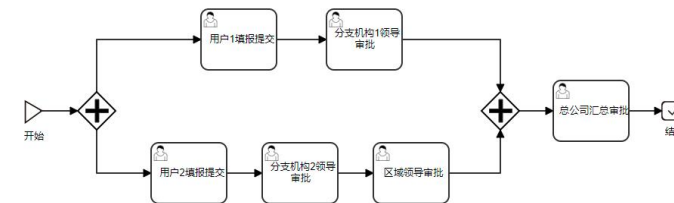
数据连接示例：



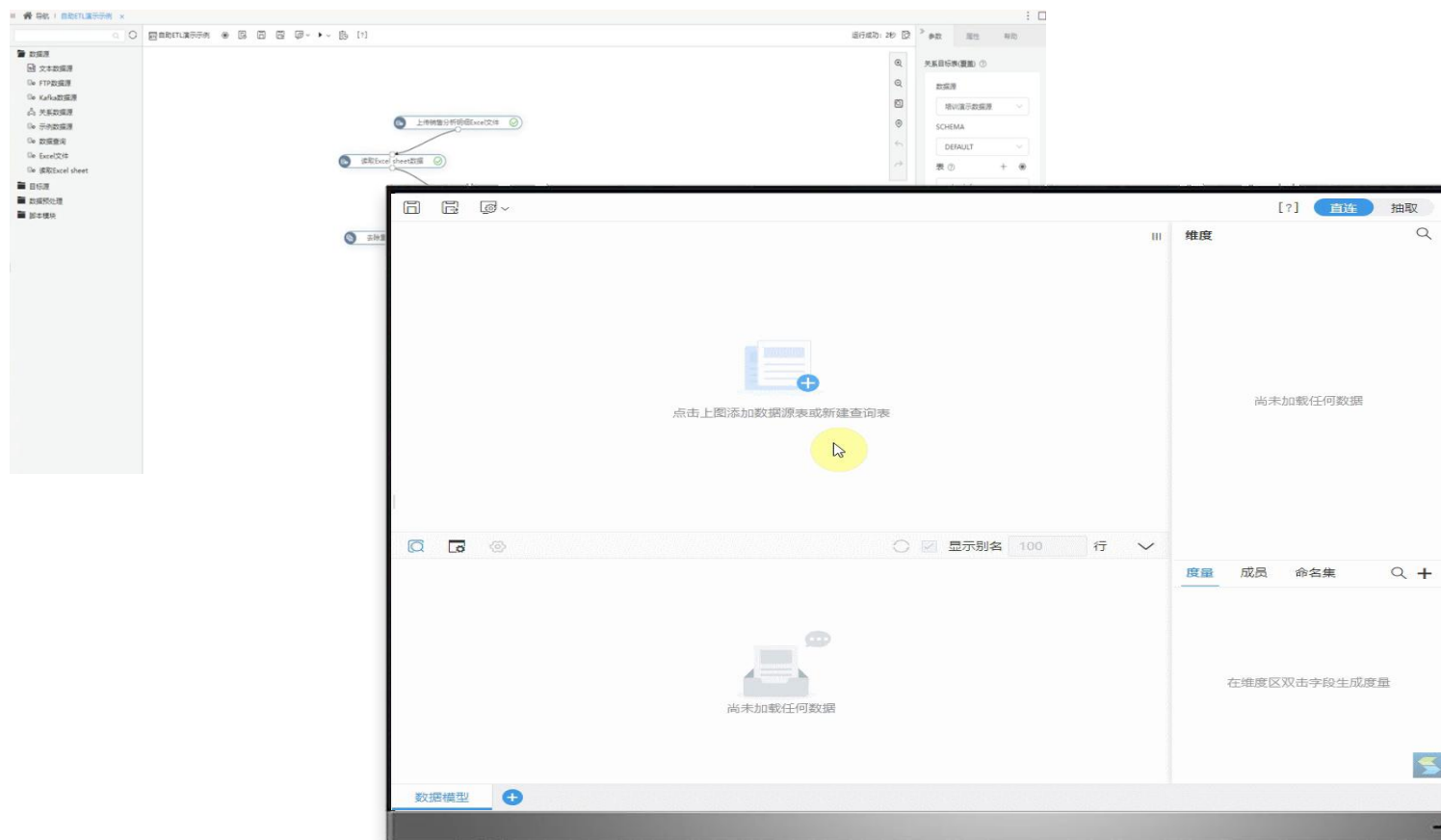
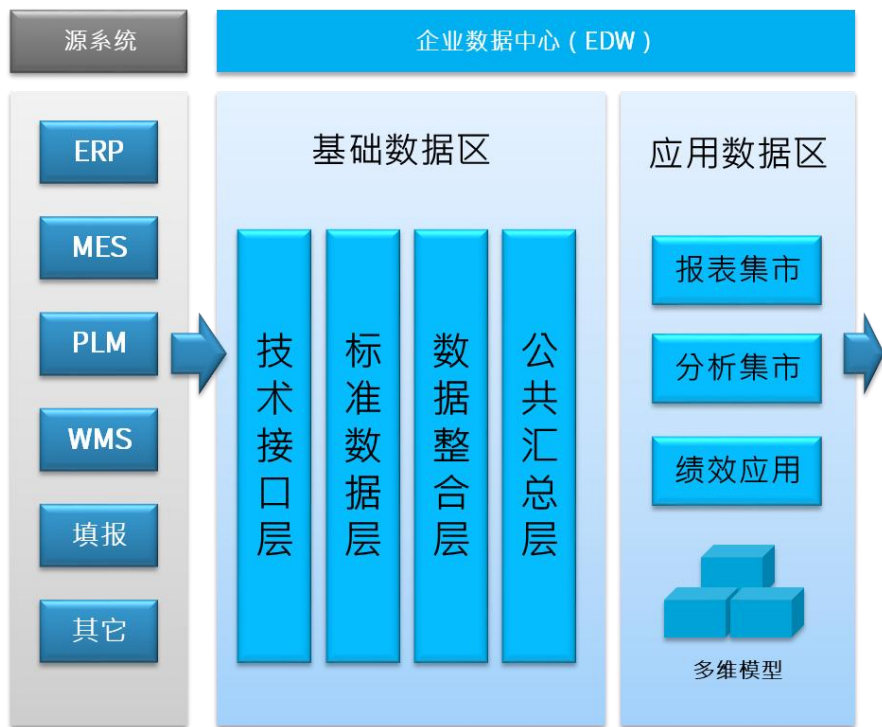
数据填报示例：

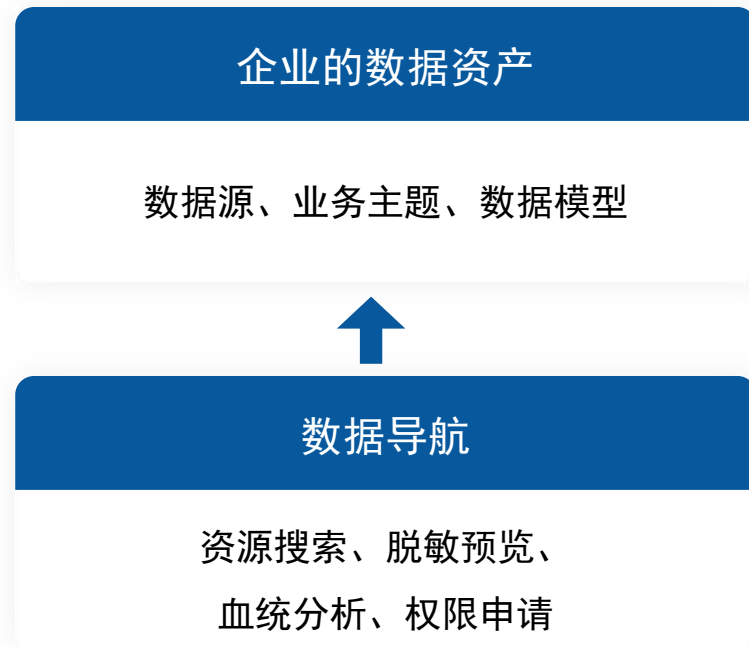
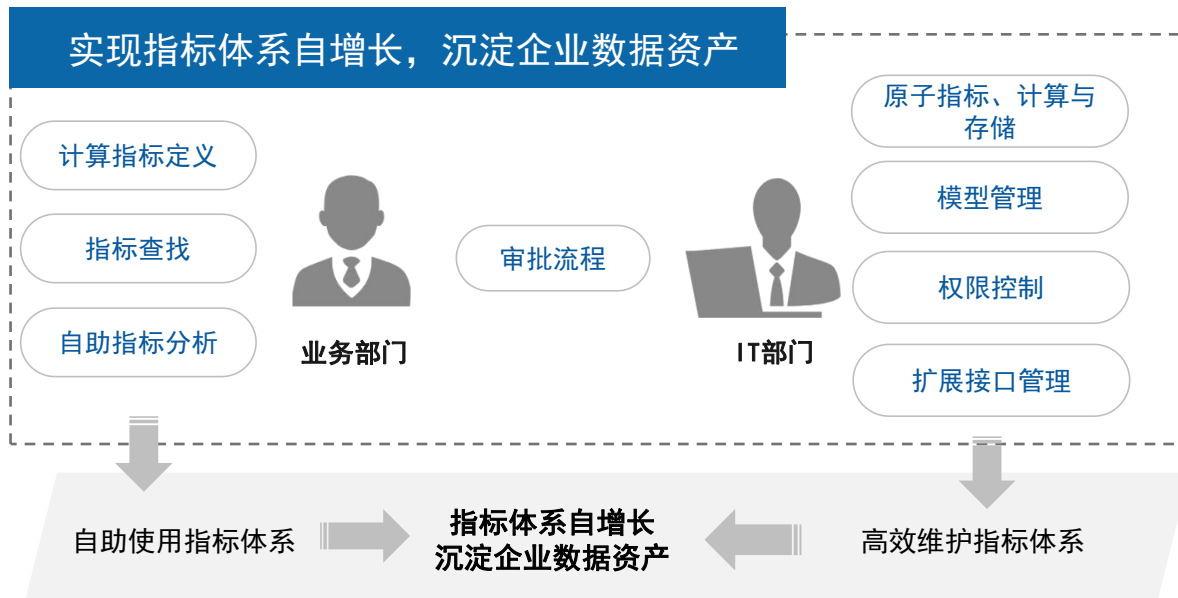


填报审批：



- **适用场景：** 制造企业经营中涉及众多业务系统，数据分散在ERP、OA、MES、PLM、WMS等业务系统，数据口径不统一，颗粒度更新频率都存在问题，导致数据不能直接用于企业各项分析。
- **解决问题：** 通过数仓+Smartbi数据接入及处理，实现企业全数据统一接口，并统一数据中心输出，确保数据可直接用于各项分析及查询。
- **价值点：** 为管理规范化打下数据基础，让数据口径统一，统一输出进行分析





开放目录 + 数据脱敏 + 数据授权



数据变现：经营可视化管控、业务可追溯

地区	产品	销量	占比	环比	同比	销量	占比	环比	同比
华北	北京	2462	0	2462	0	2073	1291	3364	
	天津	0	0	0	0	330	390	4556	1614
	小计	2462	0	2462	0	330	390	6529	3195
华东	山东	0	640	640	0	0	0	0	93
	江苏	388	500	888	315	564	1259	3008	786
	浙江	0	384	384	0	0	0	0	93
华南	广东	388	1324	1312	315	916	1209	3008	879
	广西	0	0	0	0	0	0	0	487
	海南	109	0	0	0	0	0	0	166
华中	湖北	2389	1148	3537	422	847	1269	4319	1834
	湖南	0	0	0	0	0	0	0	0
	江西	1814	0	1814	0	249	249	566	590
西南	四川	0	295	295	0	0	0	4640	0
	重庆	1814	295	2099	0	249	249	6466	590
	云南	0	240	240	504	562	2916	393	3289
西北	陕西	0	0	0	0	0	0	4119	328
	甘肃	0	0	0	0	700	700	504	504
	宁夏	0	240	240	504	550	1362	7939	721
新疆	0	0	0	0	0	0	0	8660	

任务完成分析

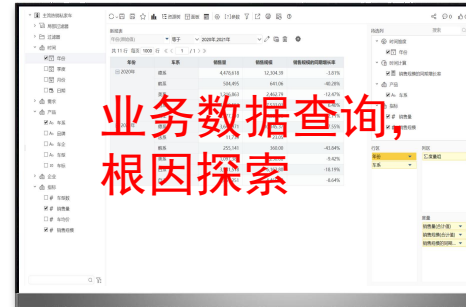
电子表格

支持Excel/WPS、支持Web版



Office分析报告

可视化开发、告别重复工作



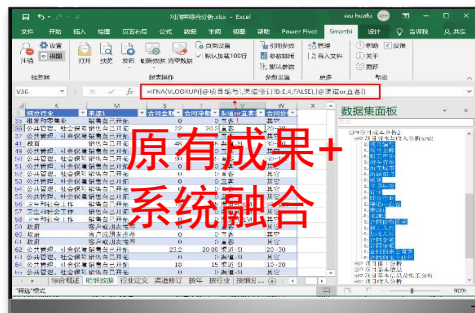
即席查询与透视分析

清单明细、透视分析、简单易用



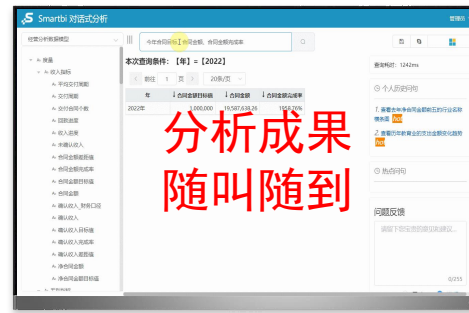
交互仪表盘

所见即所得、丰富模板复用、语音操控



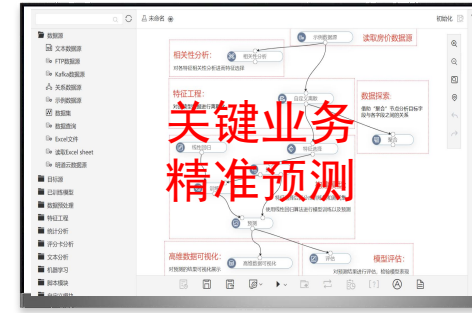
Excel融合分析

面向Excel用户、Excel和BI完美融合



对话式分析

AI驱动, 多项国家发明专利、即问即答



数据挖掘

预测分析、50+算法组件、模型自学习



销售管理精细化

- 通过对销售任务、市场需求、业绩复盘等分析，为领导提供决策依据，让目标制定有据可依，实现精细化管理。



执行过程透明化

- 整个销售过程透明可视，进度可控，关键指标预警，领导可及时对过程进行干预，提升管理效率和透明度。



客户服务精准化

- 对业务发展和客户需求进行分析，并对客户进行分类，及时发现问题并改善客户跟进策略，提升客户满意度，降低客户流失率。



04 最佳实践

典型案例

行业沉淀

能力及优势

宝光股份：打造营销管理数据平台，实现营销管理和业务双提升

SMARTBI 思迈特软件

客户简介

陕西宝光真空电器股份有限公司（以下简称“宝光股份”），注册资本3.3亿元，于2002年1月在上海证券交易所上市（股票代码：600379）。

宝光股份已发展成为享誉国内外的真空灭弧室产销基地，市场占有率连续多年稳居行业前列。2017年起蝉联工信部授予宝光股份“制造业单项冠军示范企业”称号，“宝光牌”真空灭弧室曾荣获第五届亚太博览会金奖、国家科技进步奖特等奖1项、二等奖1项等诸多奖项，建设“真空电器技术国家地方联合工程研究中心”。

目前，公司主营真空灭弧室年累计产销量超过1100万只，利用中国智造的发展契机，继续保持纯正的技术优势和卓越非凡的核心竞争力，打造成为国际一流数字化灭弧室生产企业。2021年，公司入选工信部智能制造“精准配送”优秀场景名单、陕西省“智能工厂”示范企业。

需求痛点

目前宝光股份已经完成了多个数字化应用系统的部署工作，如CRM、ERP等，在多个业务系统上积累了越来越多的数据，但是在数据管理和运用阶段还存在以下几个问题：

- ◆ 缺乏对客户多维分析，难以满足领导对客户画像及报价决策依据支持的要求，导致营销管理水平无法提高。
- ◆ 营销领导关注的销售业绩数据不能及时掌握，无法对业务达成过程做到实时预警提醒，业务干预迟缓。

- ◆ 一线销售数据查询依赖总部间接查询，耗时长，不能及时反馈要货满足情况，业务开展效率不高。
- ◆ 数据孤岛明显，各项业务数据口径不统一、数据质量较差，导致领导和业务对数据缺乏信任。



宝光股份：打造营销管理数据平台，实现营销管理和业务双提升

SMARTBI 思迈特软件

方案简介

基于以上问题，结合公司战略目标，**宝光股份携手Smartbi搭建营销管理分析平台，连接现有ERP、CRM等业务系统数据，建立数据集市，形成适合宝光股份的营销管理分析指标体系，形成以营销管理、营销分析为核心的整体框架。**

- 1、在营销管理方面，面向高管到一线销售人员，提供销售业务查询、销售业务汇报、数据统计分析的支持。
- 2、在营销分析方面，面向高管和相关业务管理人员，发现销售工作中存在的问题，提高解决问题的针对性，同时优化工作流程，降本增效。

客户收益

- ✓ 通过对高管关注的业绩指标（增量订单、增量客户、增量区域等数据）在营销管理分析平台中设置阈值，以便**实时监控并预警，辅助管理者进行调研决策。**
- ✓ 通过销售助手APP可内部实时获取各类产品的库存数据，同时查看订单入库和发货情况，**提高了整个销售流程的效率，深受销售人员好评。**
- ✓ 营销业务板块的分管领导能够掌控订单执行过程，了解订单的总装环节和检测环节等流转过程，及时进行资源调配，**提高了整体管理决策的效率。**



目前，中国制造企业正在从传统的经验管理模式向数据化运营管理模式转变。**宝光股份采用数据化的运营管理模式，可以帮助企业更好地掌握市场需求和产品研发方向，提高生产效率和质量，降低成本。**

客户简介

江西普正制药股份有限公司（以下简称“普正药业”），是以**天然植物药的成方制剂研发、生产、营销为主**，集天然植物药种植、物流及国药文化传播、健康产业投资为一体的民营企业集集团，是中国中药百强企业，其天然植物药主导产品驰誉全国。普正药业致力于天然植物精品药，为医患提供慢性病与疑难病的优质诊疗方案。

需求痛点

在推进健康中国建设的过程中，互联网、大数据等数字技术无疑将成为助力医疗健康产业实现全面突破与发展的核心力量。普正药业一直以来紧跟数字化浪潮，充分利用现代化数字技术建立部门信息系统。随着业务的不断发展壮大，业务产生的数据越来越多，同时也产生了诸多问题：

◆ 技术痛点：

- 1.多源数据与手工数据整合费时
- 2.数据指标缺乏统一视图，难以排查问题
- 3.原来的表格呈现方式不直观、不美观。

- ◆ 业务痛点：现有的分析手段不足以满足领导管理决策的要求，**缺乏自上而下的营销分析体系**；企业领导需要监控的数据指标，原来需要销售运营人员花费大量时间纯手工从各个业务系统导出明细数据处理以及线下数据，并手工汇总，时效性很差，可信度低。



方案简介

搭建经营管理分析体系实现战略目标落地：

- 通过对齐集团战略目标，以营销模块为重点，通过业务需求调研和Smartbi提供的医药行业最佳实践，输出适合普正制药的营销管理分析指标体系，形成营销管理、商务分析、市场分析、准入分析、推广商分析、终端分析等五大业务模块；
- 依据公司不同业态，构建处方药、基层医疗、OTC和商业调拨四大板块分析，为各自业务线条提供营销决策支持；
- 根据公司营销渠道，构建从战区到省区到区域，自上而下的销售业务分析，实现业绩目标对齐和查漏补缺，提升整体销售业绩。



客户收益

- ✓ 数据时效从原来的T+5提升到T+1，使业务更能适应市场的变化
- ✓ 项目上线后，较原来人力投入节省60%，减少了重复的人力投入
- ✓ 新的数据呈现方式更加直观，使管理层与区域管理人员能快速获取信息
- ✓ 通过营销管理分析系统，让数据应用和分析切实走进管理者日常工作中，提升了管理的效率与质量，切实发挥了数据的价值。



VIVO

西藏药业

中山新冠胶粘制品

福田奥铃

深圳市豪恩科技

天士力

维力医疗

湖北三环锻造

陕西宝光真空电器

江西普正制药

云南云天化

广汽零部件

大金空调

汇仁药业

旗滨玻璃

一汽大众

电连技术

杭州中美华东制药

三一重工

贵阳永青仪电

澳柯玛

奥普家居

中海达

东莞市袋鼠皮具

华菱线缆

红蜻蜓鞋业

理士电源技术

敬业集团

今麦郎

华新水泥

天地壹号

九江酒厂

内蒙古蒙牛乳业

海螺水泥

诗尼曼

广东喜之郎

.....

.....

.....

.....

完善的行业指标库

可借鉴、快速构建适合本企业的指标体系

丰富的指标应用方式

报表、可视化、自助分析、自然语言查询、数据挖掘，满足各部门的应用需要

实施标准化

通过指标管理快速落地，帮助客户降低交付风险和成本



指标管理平台，实现
指标自助构建

基于原子指标快速自助构建，满足企业经营决策快速响应

数字化经营管理平台
最佳实践

参考同行建设经验，给出最佳建设方案

历史
历经10年+

产品
持续增强创新

客户
5000+选择

品牌
影响力加大

资本
多轮认可



2011-2014

电子表格 & 分析报告

- BI产品Smartbi品牌创立
- 《软件企业认定证书》
- 中国创新创业大赛优秀企业
- 中国最具影响力品牌奖

2015-2016

透视分析 & 即席查询

- 天使轮1500万
- 《国家高新技术企业》
- 中国智慧城市大数据创新应用奖
- 北航、山大等大数据挖掘实验室

2017-2018

自助仪表盘

- A轮方广资本4000万
- 中国大数据百强企业
- 中国CIO最信赖供应商
- 中国大数据优秀解决方案50强
- 中国科技创新企业100强
- 中国软件行业BI领域值得信赖产品
- 广东省大数据培育企业
- 爱分析中国数据智能创新企业50强

2019-2020

数据挖掘 & Excel融合分析

- B轮高成资本、琥珀资本1.25亿
- 通过CMMI三级认证
- Gartner增强分析代表厂商(2020)
- 唯一入选Gartner中国AI创业公司代表厂商
- 入选CB Insights中国企业服务榜单
- 入选工信部《大数据优秀产品和应用解决方案案例集》
- 入选信通院《金融科技创新应用案例集》
- 中国数据智能创新企业50强
- 大数据企业投资价值百强榜

2021-2023

自然语言 & 数据模型& 指标管理

- C轮光大控股独家投资
- B+ 轮明略科技过亿融资
- 通过等保三级认证
- 获得自然语言分析和数据模型发明专利
- 成为工信部“软件融合应用与测试验证重点实验室成员单位”
- 连续多年被Gartner评为增强分析代表厂商
- 连续多年唯一入选Gartner中国人工智能创业公司的BI厂商
- 入选Gartner全球增长最快的ABI分析与商业智能平台代表厂商
- 入选2022Gartner《客户之声》，获评“卓越表现者”
- 入选IDC中国FinTech 50榜单
- 广州市信创产品资源池(第一批)

效益, 因管理而变!

管理, 因我们

(Smartbi) 而变!

Benefit, increased by management

Management, improved by Smartbi



广州思迈特软件有限公司



www.smartbi.com.cn



使命: 让数据为客户创造价值



sales@smartbi.com.cn



北京、上海、深圳等办事处



公众号: smartbi