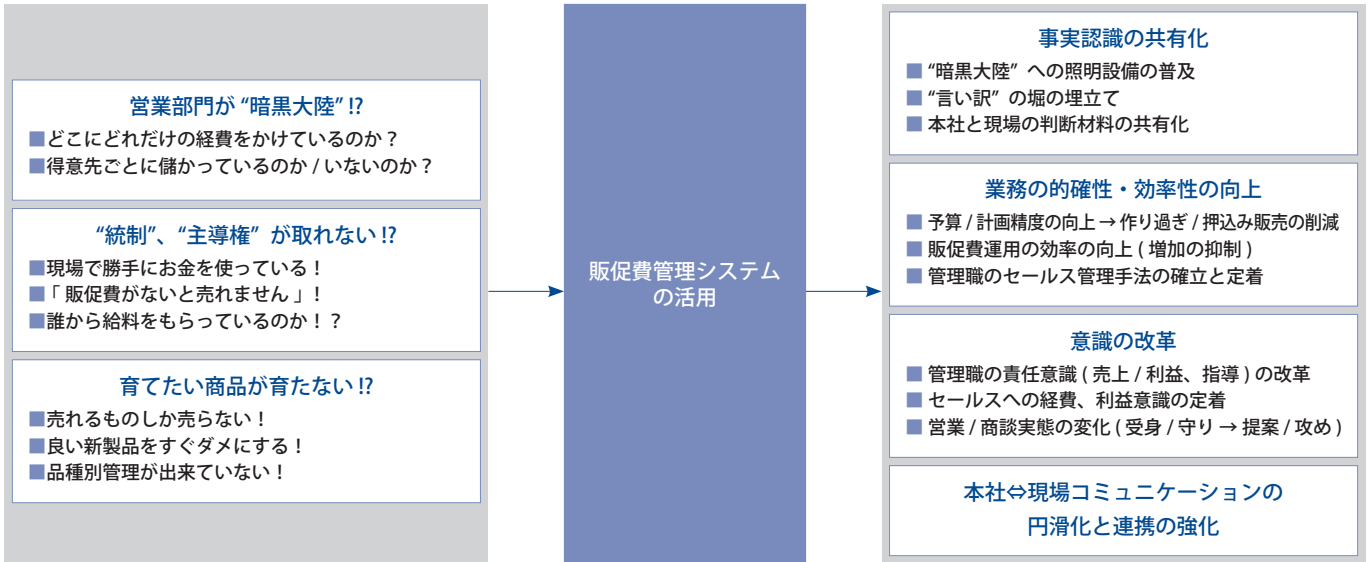


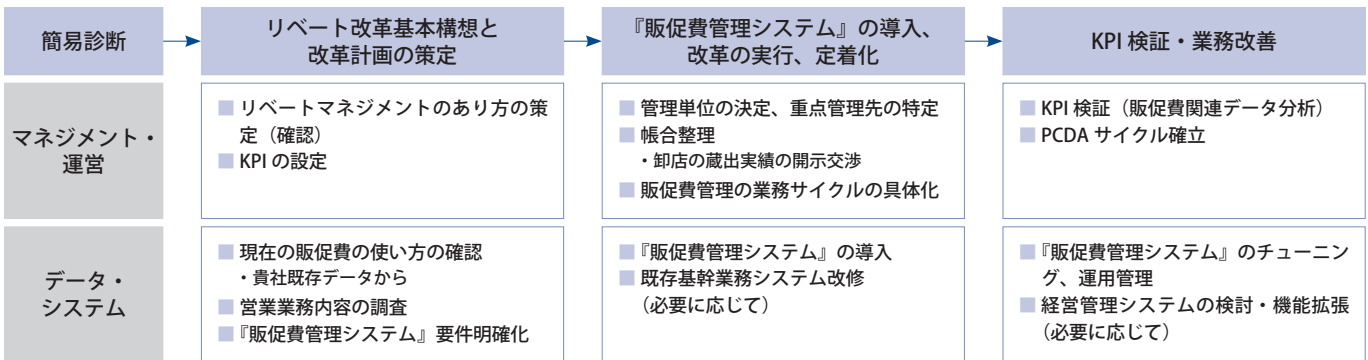
# レポートマネジメントシステムの導入

貴社のレポート（販売促進費）は“生きて”いますか？

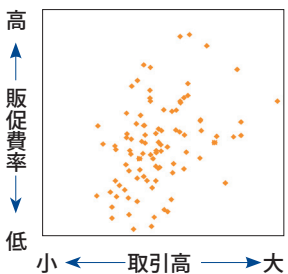
- 商品の短命化、激化する棚獲得競争、売上高確保に追われて利益率低下・・・!?
- 食品業界が計上する販促費の対売上高比率は、この10年で約1.7倍に増加・・・
- ・・・販促費をどのように“投資”し、効果をどう活かすか。「レポートマネジメント」は喫緊の課題です。



## 販促費管理システムを活用したレポートマネジメント導入までの主な流れ



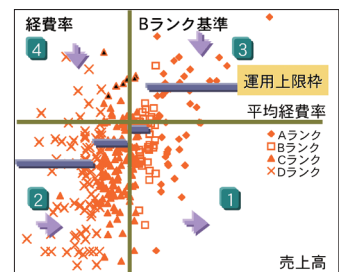
【GMS/CVS別販促費(例)】



【『販促費管理システム』サンプル画面】

品名	JANコード	品名	数量	単価	売上高	販促費	販促率	備考
1	49010001	商品A	1000	1000	1000000	100000	10%	
2	49010002	商品B	2000	500	1000000	200000	20%	
3	49010003	商品C	4000	250	1000000	400000	40%	
4	49010004	商品D	8000	125	1000000	800000	80%	
5	49010005	商品E	16000	62.5	1000000	1600000	160%	
6	49010006	商品F	32000	31.25	1000000	3200000	320%	
7	49010007	商品G	64000	15.625	1000000	6400000	640%	
8	49010008	商品H	128000	7.8125	1000000	12800000	1280%	

【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、是非ご利用ください。
- 必要期間：1ヶ月程度