

# Rotkäppchen-Mumm

Rotkäppchen-Mumm 旨在通过尽可能高效的运营，增加其竞争优势，该公司知道优化仓库的库存水平是降低成本的有效方式。为了实现这个目标，该公司利用预测性分析，将销售预测准确度提高达 22%，降低库存水平并增加了流动资本。

## 业务挑战

为了更有效地参与竞争，Rotkäppchen-Mumm 希望增加流动资金，降低库存成本。但如何在不面临缺货风险，不降低客户服务质量的前提下降低库存水平呢？

## 转型

Rotkäppchen-Mumm 凭借 IBM 的预测性分析解决方案，提高了销售预测的准确性，通过准确地洞察市场需求和未来趋势，生产最合适数量的产品。

## 结果

22%

选择的销售预测准确性提高 22%

降低

在不增加缺货风险的情况下降低  
库存水平

增加

通过释放以前用于过剩存货的资金，  
增加流动资本

## 业务挑战案例

### 提高效率，保障利润

要在饱和的市场中开展业务运营，成本效益是对抗利润下滑的有效工具。Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 是一家主要的烈性酒和起泡酒制造商，他们将精益运营作为重要的业务目标。在“拥挤”的德国市场中，该公司占到 47% 的份额，他们希望能够最大程度提高盈利水平，但是低效而且不太靠谱的销售预测流程则成了前进路上的拦路虎。尤其值得注意的是，大规模使用人工方法进行滚动式预测，并不能有效应对为了开拓新市场而大幅扩大的产品目录和服务所带来的挑战。

“我们将人类的专业知识与精确的统计模型相结合，交付及时可靠的信息，  
为我们的决策过程提供支持。”

- Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 首席信息官 André Birrenbach

Rotkäppchen-Mumm 首席信息官 André Birrenbach 解释道：“在酿酒行业，生产周期一般都比较长。”例如，我们生产起泡酒的周期一般为六个月，但行业法规要求我们某些酒类最长需要在生产厂保存 12 个月后可以销售。

和快速发展的消费品（FMCG）领域中的许多主要企业一样，我们依靠强大的供应链管理能力来确保生产周期中的每个阶段都顺利进行，从采购用于生产的原酒、装瓶，一直到将成品库存单位（SKU）运到仓库以准备分发给零售客户。

每个月，我们主要的客户经理和供应链经理都会根据以往经验，对未来三个月内客户的采购数量进行预测。”然而，因为我们依赖于人工销售预测，所以预测存在误差在所难免。为了最大程度降低主要产品线的缺货风险，我们按照最理想的销量安排生产，这意味着宝贵的流动资金被过剩库存所占用，同时也抬高了运营成本和仓储费用。

为了应对这个挑战，我们希望运用预测性分析来扩充人类专业知识。目的是帮助他们建立更准确、更细颗粒度的滚动式预测，然后运用所获得的这些洞察，最合理地安排每种 SKU 的产量。”

## 转型案例

### 采用混合分析方法

在考虑众多供应商的可能解决方案之后，Rotkäppchen--Mumm 决定采用基于 IBM® Cognos® TM1® 和 IBM SPSS® Modeler 软件的全新解决方案，改进预测流程，实现自动化。

“这些年来，我们一直采用 IBM Congos 解决方案，因此我们对解决方案的技术能力以及 IBM 产品支持和开发的质量都充满信心，” André Birrenbach 回忆道，“首先，我们进行了充分的概念证明（POC）活动，将 ERP 和 CRM 系统中有关 46 种产品和四大客户的数据抽取到 TM1 多维数据集，以此作为概念证明的范围。利用 SPSS，我们构建了时序模型，用于预测未来 3 个月的销售。为了确保足够的准确度，我们需要针对每个产品至少分析 12 个数据点。”

他继续说道：“在概念证明过程中，我们评估了许多潜在的销售推动因素的重要性，包括季节性因素，例如公共假期、FIFA 世界杯之类的特殊活动以及广告和折扣等贸易促销活动。至关重要的是，我们深入分析每个 SKU 的库存水平，以非常细的颗粒度评估模型的准确性。

通过初步工作，我们确定了重要的因素，并藉此细化了模型。尤其值得一提的是，我们认识到，今年的降价促销活动在不断变化，这一直在扭曲我们的预测。在理想情况下，可以从预测中消除这些数据点，但实际上这是不可能的。与其接受扭曲的结果，不如在预测过程中，把降价促销的数据作为外部影响因素。

人工方法在某些情况下比统计模型更准确，这是我们最重要的发现之一。我们认识到，采用将人工方法与统计模型相结合的混合预测方法，决策流程就兼备经验与科学，可以为决策者提供最准确的结果。”

在概念证明活动取得积极成果后，Rotkäppchen-Mumm 联合来自 IBM 和 IBM 白金业务合作伙伴 Fritz & Macziol 的专家团队，将全新的销售规划和绩效管理解决方案投入生产环境。

“通过与 IBM 和 Fritz & Macziol 合作，我们几乎立即就从全新的预测解决方案获得了回报，” André Birrenbach 评论道，“目前，我们采用完全集成的混合预测方法，通过单一解决方案，为销售团队和生产团队提供未来 3 个月和未来 24 个月的销售预测。另外，解决方案中 IBM Cognos Analytics 的表示层与我们以前所使用的 Cognos 解决方案具有类似的外观，这样减少了培训需求，并帮助使用者快速掌握并运行该解决方案。”

## 成果案例

### 降低成本，激活资本

在 IBM Analytics 解决方案的帮助下，Rotkäppchen-Mumm 的销售预测和规划流程有了长足的进步，已经从更准确的洞察中收获效益 - 库存水平显著下降，而且未增加关键 SKU 缺货的风险。

“过去，我们的决策流程仅仅依赖于主要客户管理团队的知识经验水平，” André Birrenbach 解释道，“而现在，我们可以让专家使用经过验证的统计模型，帮助他们根据过硬的科学数据做出假设。因为我们采用的是混合方法，将基于 IBM Analytics 解决方案的自动化预测与主要客户管理团队的知识 and 经验相结合；所以这种方法可以针对每个客户和每种产品提供更准确的预测结果。”

他继续说道：“在概念证明过程中，我们发现采用人工方法对某种关键产品进行预测时，平均绝对误差率 (MAPE) 为 18%。而使用自动预测时，MAPE 降到了 13%。

非常可喜的是，当我们更深入地分析 SKU 水平时，实现了 22% 的 MAPE，这比人工产品预测又进了一大步。因为单单这种产品就占据了仓库容量的 6%，所以仅仅是优化这些 SKU 的数量就能大幅降低我们的成本，从而实现 IBM 解决方案的投资回报。”

在这种销售预测新方法取得早期成功后，Rotkäppchen-Mumm 现在正计划进一步提高该平台的精确性，因为随着时间的推移，SPSS 模型能够不断从更多的数据中进行学习，从而不断提高预测准确度。

“与 TM1 和 SPSS 的合作之旅才刚刚开始，但我们对未来的发展抱有很高的期待，” André Birrenbach 说道，“我们不断评估在 TM1 中推动预测流程的模型，我们希望最终缩小报告中的预测误差范围。这可以帮助我们进一步优化库存水平，提高企业可用的流动资金的回报。展望未来，我们计划为烈性酒部门提供 IBM Analytics 解决方案，帮助改善整个企业的运营效率。”

他总结道：“众所周知，企业的关键绩效指标很难预测。但在 IBM Analytics 解决方案的帮助下，我们可以将人类专业知识与准确的统计模型完美结合，从而提供及时可靠的信息，为决策流程提供有力支持。”



## 关于 Rotkäppchen-Mumm

[Rotkäppchen-Mumm 博客](#)

[Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH](#) 创立于德国弗赖堡，主要生产起泡酒、烈性酒以及其他各种饮品，拥有的品牌包括 Geldermann、Rotkäppchen、Mumm、Jules Mumm、MM Extra、Kloss、Foerster、Chantré、Mariacron、Echter Nordhäuser 和 Eckes Edelkirsch 等。Rotkäppchen-Mumm 的员工超过 600 人，在德国起泡酒市场处于领先地位，占据市场份额的 55%。

## 解决方案组件

- [IBM® Cognos® TM1®](#)
- [IBM Cognos Analytics](#)
- [IBM SPSS® Modeler](#)

## 后续行动

Fritz & Macziol 成立于 1987 年，拥有 1000 多名员工，是一流的系统和咨询公司，总部设在德国乌尔姆。IBM 白金业务合作伙伴 Fritz & Macziol 已经帮助超过 3000 家公共组织和私营企业提高了技术、组织和行政管理的效率。要了解有关 Fritz & Maczi 产品、服务和解决方案的更多，请访问：<http://www.fum.de/en>。

IBM Analytics 提供的产品跻身于世界上最深刻、最广泛的分析平台、领域和行业解决方案之列，为企业、政府和个人发掘出更多新的价值。有关 IBM Analytics 如何利用数据帮助各个行业实现转型的更多信息，请访问 [ibm.com/analytics](http://ibm.com/analytics)。请关注我们的 Twitter @IBMAalytics 和博客 [ibmbigdatahub.com](http://ibmbigdatahub.com) 并参与对话 (#IBMAalytics)。

[浏览更多客户案例](#)或[了解有关 IBM Analytics 的更多信息](#)



© Copyright IBM Corporation 2016