

26 июня 2024

Как производителю отслеживать цепочку онлайн-продаж, если партнеры пользуются разными ERP-системами

Крупный производитель может столкнуться с необходимостью отслеживать данные по всей цепочке продаж своей продукции в реальном времени. Но задача усложняется, если партнеры-дистрибьюторы пользуются разными ERP-системами. Разбираем, как корректно объединить их в одну B2B e-commerce платформу.

ЧТО ДАЕТ ОТСЛЕЖИВАНИЕ ВСЕЙ ЦЕПОЧКИ ПРОДАЖ?

В ГК «КОРУС Консалтинг» обратился один из крупных производителей алкогольных напитков. Российскому представительству глобального концерна требовалось программное решение, которое позволило бы отслеживать всю цепочку продаж: от партнеров до конечного потребителя.

Производитель сотрудничал с несколькими крупными партнерами, однако у него не было понимания, что происходит с его продукцией после поставок партнерам. Те, в свою очередь, реализовали товар многим другим



компаниям: розничным сетям, представителям HORECA, предпринимателям, и другим. Таким образом, производитель мог отслеживать данные по продажам только в рамках сотрудничества с крупнейшими дистрибьюторами-партнерами, а данные, касающиеся конечных «звеньев» цепочки поставок (розничным и ресторанным сетям, малым и средним компаниям) было технически невозможно собирать.

У производителя появилась потребность в более полном объеме данных, поскольку портрет конечных покупателей, приобретающих продукцию у дистрибьюторов, позволил бы компании выстроить более эффективную маркетинговую коммуникацию. Так, команда могла бы исследовать потребности конечных покупателей, чтобы предлагать более релевантную, иногда лимитированную продукцию; тестировать новые бренды; проводить актуальные маркетинговые акции; собирать данные о конечных объемах реализации, чтобы анализировать, насколько эффективно продукция продается в разных регионах. В конечном счете все собранные данные позволили бы сделать процесс продаж более управляемым и позволили бы нарастить выручку.

КАКУЮ НЕСТАНДАРТНУЮ ИТ-АРХИТЕКТУРУ ДЛЯ ЭТОГО ПРИДУМАЛИ

Для решения задачи команда ГК «КОРУС Консалтинг» предложила разработать B2B-портал с личным кабинетом, который оперативно собирал

бы все заказы каждого дистрибьютора в режиме реального времени (кстати, схема подходит и для других сегментов, работающих с большой сетью дистрибьюторов). Основная техническая сложность состояла в том, что для продажи продукции партнеры пользовались разными ERP-системами. Даже если это была платформа на базе «1С», ее версии у всех партнеров отличались. Предстояло придумать нестандартное решение, которое позволило бы интегрировать ERP-системы дистрибьюторов в единую e-commerce платформу для сбора заказов.

Команда ГК «КОРУС Консалтинг» предложила следующую архитектуру: все учетные системы партнеров должны в первую очередь обмениваться данными с промежуточной базой на основе «1С: Управление Торговлей». А уже промежуточная база данных в свою очередь интегрируется с платформой для сбора заказов, реализованной на «1С-Битрикс: Управление сайтом».

Такое решение значительно облегчило процесс консолидации данных из учетных систем всех партнеров на одну B2B-платформу. Ведь технически проще реализовать одну интеграцию «1С-Битрикс: Управление сайтом» с «1С: Управление Торговлей», чем проводить несколько интеграций «1С-Битрикс: Управление сайтом» с разными версиями ERP-системы. К тому же такой подход способен существенно сократить затраты на масштабирование и лицензирование.

Таким образом, согласованным стеком разработки стал «1С-Битрикс» в тандеме с «1С:Управление торговлей» в качестве промежуточной базы данных. Задачу взяли в работу, и за 6 месяцев команда ГК «КОРУС

Консалтинг» создала B2B-портал с личным кабинетом для сбора заказов, с которым интегрировались несколько версий ERP-систем партнеров.

ЧТО ПОЛУЧИЛОСЬ В РЕЗУЛЬТАТЕ

Каждому партнеру производителя стал доступен личный кабинет для управления заявками от контрагентов на покупку продукции. Помимо этого, на платформе стал доступен каталог с карточками товара, с индивидуальными ценами и скидками; реализована функциональность корзины, которая отправляла данные о новых заказах из e-commerce системы во внутреннюю информационную систему партнеров; а также встроены маркетинговые инструменты (возможность проводить промо-акции, запускать программы лояльности и email-рассылки). Решение протестировали в продуктивной среде заказчика и подготовили к вводу в промышленную эксплуатацию.

В результате [B2B-портал](#) максимально использует стандартные возможности связки «1С:Управление торговлей» и «1С-Битрикс:Управление сайтом» и помогает заказчику оперативно обрабатывать все полученные онлайн-заказы в режиме одного окна. Объединение процессов в рамках единого интерфейса позволяет клиенту добиться сразу нескольких целей: получить инструмент для отслеживания всей цепочки онлайн-продаж от производителя до конечного потребителя. B2B-портал поможет клиенту получить более четкий портрет конечных покупателей и с его помощью персонализировать маркетинговые коммуникации, что позволит привести к росту выручки дистрибьюторов и самого производителя. Помимо этого,

площадка также позволяет снизить операционную нагрузку на участников всей цепочки, эффективно управлять ресурсами и уменьшить объем ошибок, связанных с человеческим фактором. Наконец, все это может влиять на увеличение LTV конечных покупателей.

