

# TCL

向过去致敬  
为未来向前

## 营销项目&费用全生命周期管理

全球市场中心

2023年4月



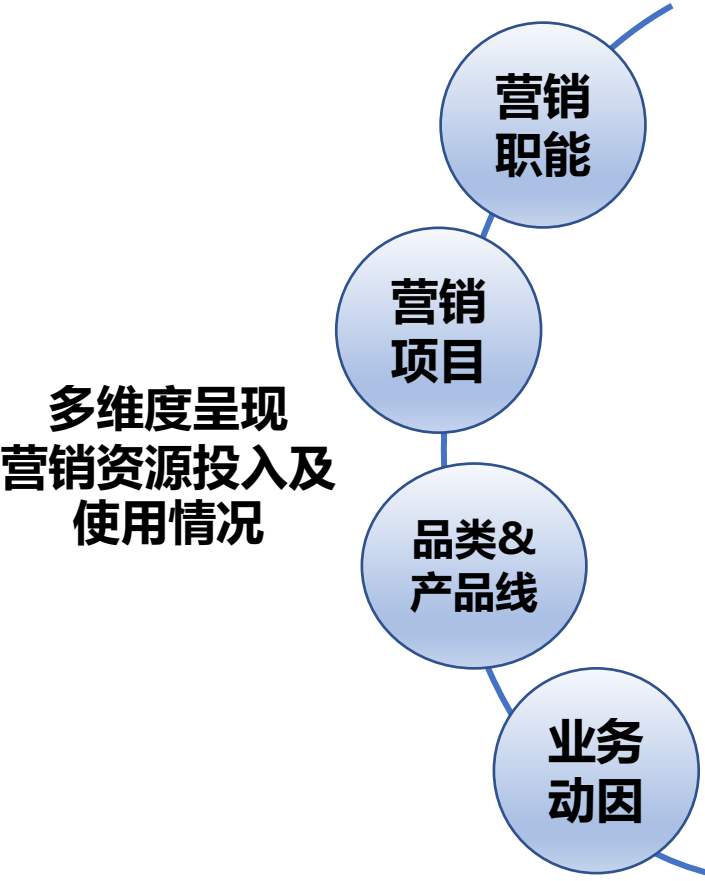
营销项目管理平台：支持营销职能、财务、运营三大部门多维度看清推广费使用情况

支持各营销**职能、财务、运营**三大部门，从**多维度**看清推广费使用情况，**帮助业务做准预算、辅助调优营销投入策略**，从而提高营销投入整体ROI

- As is

以往营销项目预算管理以职能模块进行划分，颗粒度不够、维度单一，难以支撑业务准确决策及分配营销资源
- To be

该平台可以更多维度地呈现预算使用情况，包括各个营销职能模块、项目维度、品类、产品线，帮助业务做准预算，为调优营销投入策略提供决策依据



MPM核心采集字段

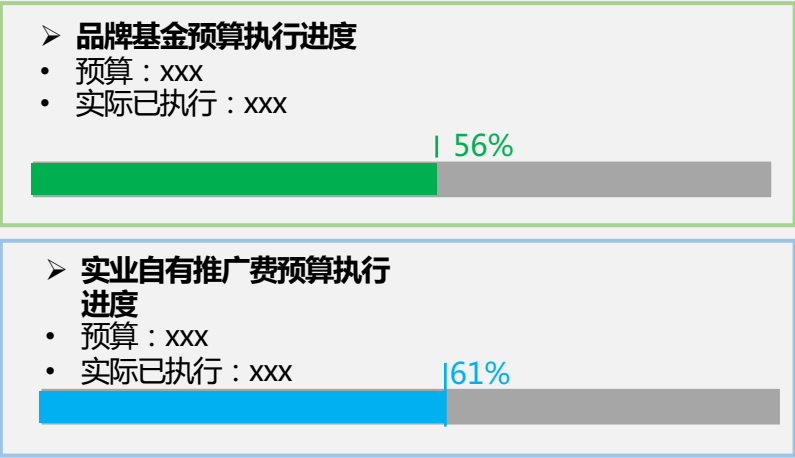
立项管理信息	基本信息	项目名称	项目代码	项目状态	项目负责人	项目等级	项目主导单位	计划开始时间	计划完成时间	项目预算总额	项目立项金额	项目预算剩余金额	加签
	立项金额分配明细	预算来源	预算部门	项目类型	L3业务动因	L4业务动因	品类分类	产品线	金额	备注			
	其他	项目简介及背景	立项报告	其他立项材料									
过程管理信息	阶段名称	状态	责任人	计划开始时间	计划完成时间	实际完成时间	阶段附件						
结项管理信息	项目结项时间	结项报告	其他结项材料										
费用管理信息	项目立项金额	项目已实际报销金额	已垫付未报销金额	项目剩余可用金额	费用清单列表								

营销项目管理平台 - 定制化数据看板：全面监测、在线实时反馈营销项目资源投入及预算使用进度

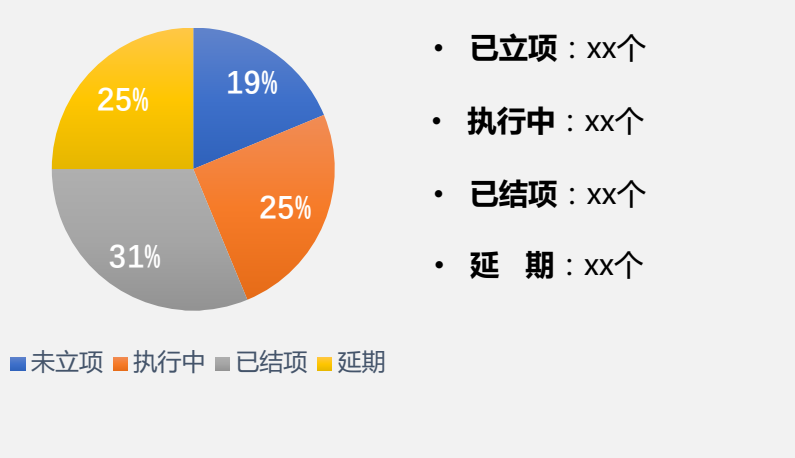
**As is** 以往营销项目及资源复盘，管理者找财务、业务、IT等多方临时要数据，数据需要经过多次手工收集、清洗、梳理才能得到有效数据

**To be** 打造品牌营销项目定制化数据看板，帮助管理者在线实时、多维度地管控营销项目状态及预算使用情况

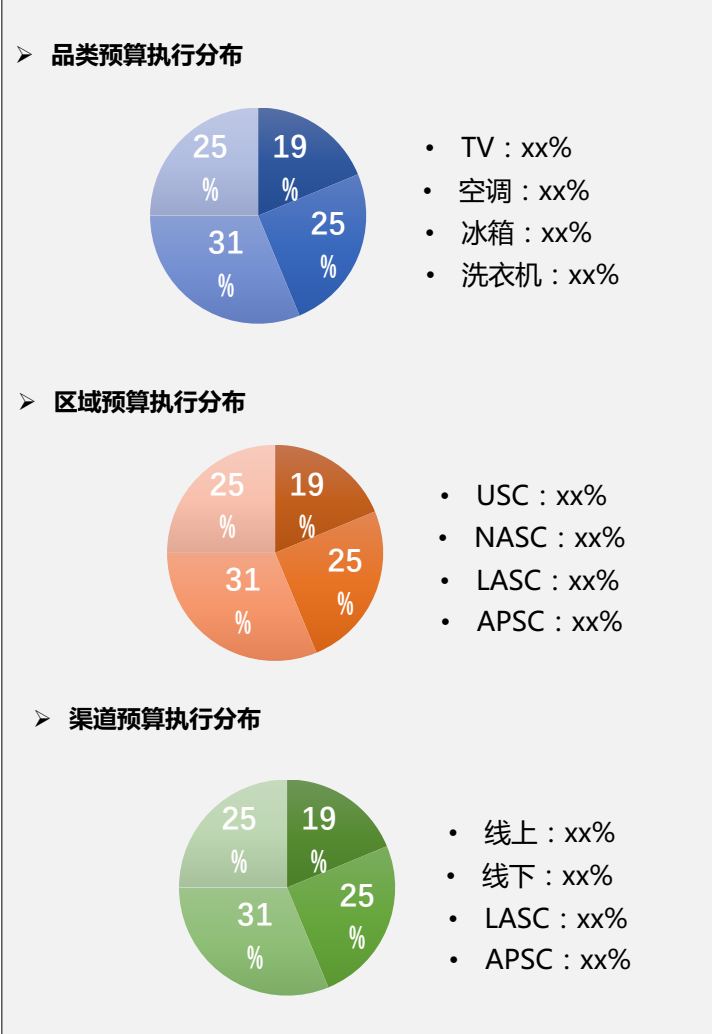
品牌基金及推广费预算执行进度分布



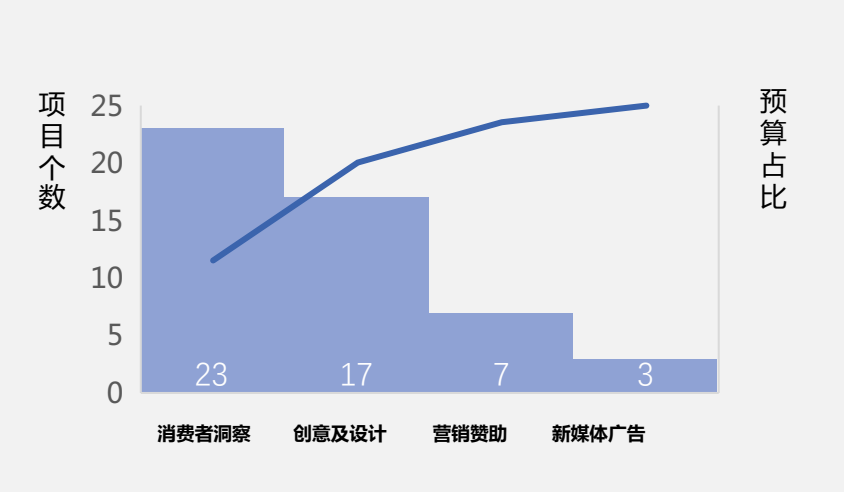
项目状态分布



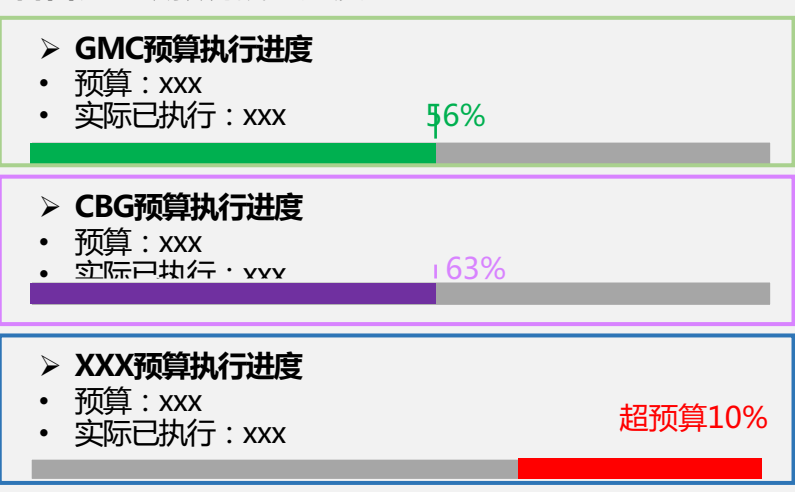
各品类、各区域、各渠道 - 预算执行分布



各项目类型/业务动因 - 项目分布、预算执行分布



各营销组织预算执行进度



本项目于今年4月23日获品推会决议支持，各BU、BG就项目价值达成一致，目前已成功推动GMC、CBG、OBG、NABG、空调、通讯、商用上线使用。

## ■ 本项目获实业品牌推广委员会决议支持

《TCL实业品牌推广委员会2023年Q1会议纪要》行动计划：

### 实业营销项目管理：

1. 各BG、BU所有市场营销项目使用营销项目管理平台进行立项备案；
2. 品牌基金项目及特定的品牌营销类项目需GMC审批（年初统一审批过的项目如无特殊变化，可避免重复审批，只在MPM平台上完成各BG、BU内部立项流程备案即可）；
3. 审批流程上的金额审批条件与实业财务授权手册保持一致。

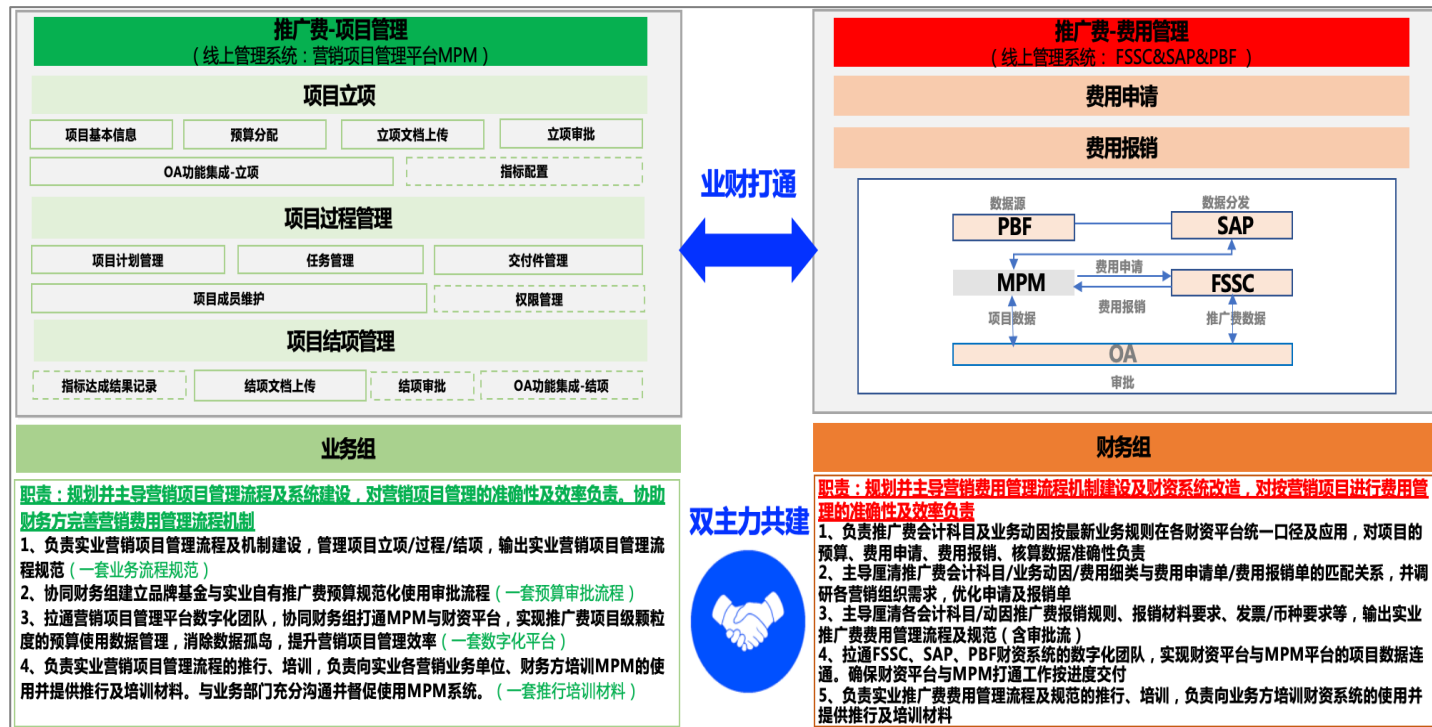
### 适用组织：

TCL实业主要承担品牌与市场营销职能且使用品牌基金预算的部门

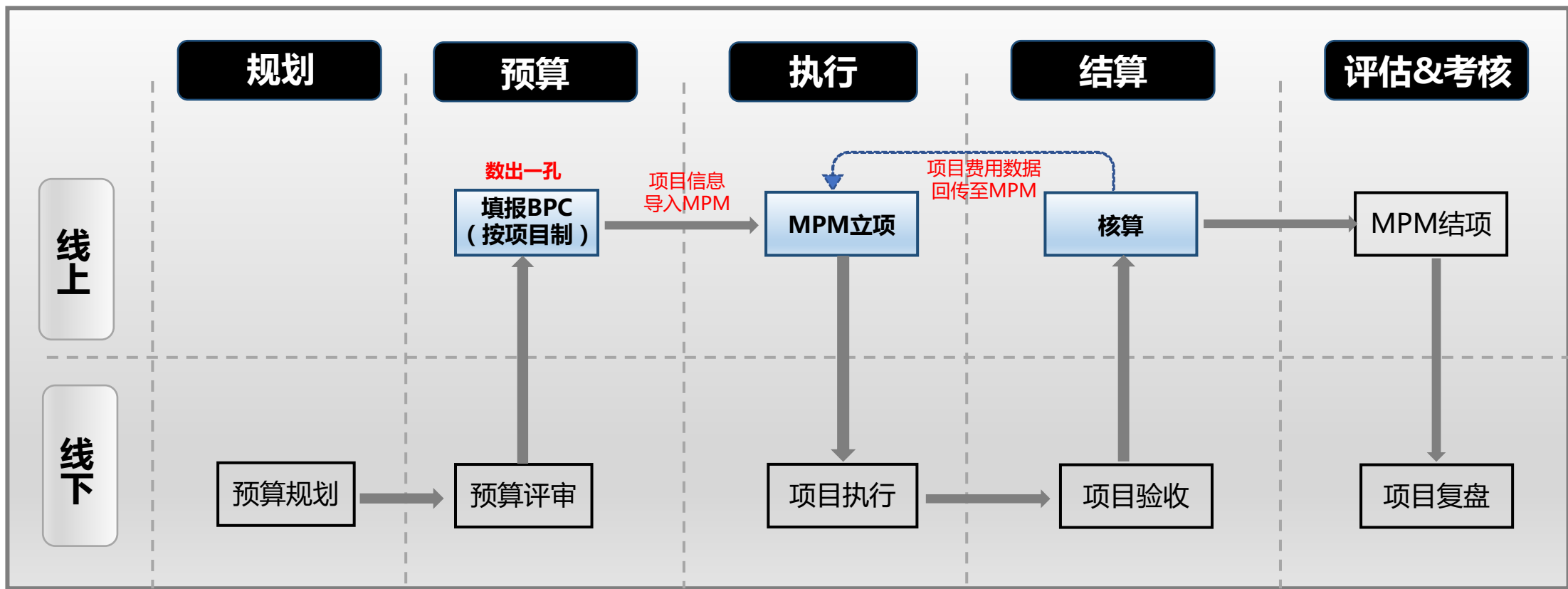
- 1) 全球市场中心
- 2) 中国营销本部市场与用户运营中心
- 3) 海外营销本部市场营销部
- 4) 北美营销本部Marketing Department
- 5) 中国营销本部空调产品经营中心/空调事业部产品中心
- 6) 通讯事业部Marketing Center
- 7) 商用事业部市场推广部
- 8) 光伏科技市场推广组

## ■ 本项目获实业CFO支持

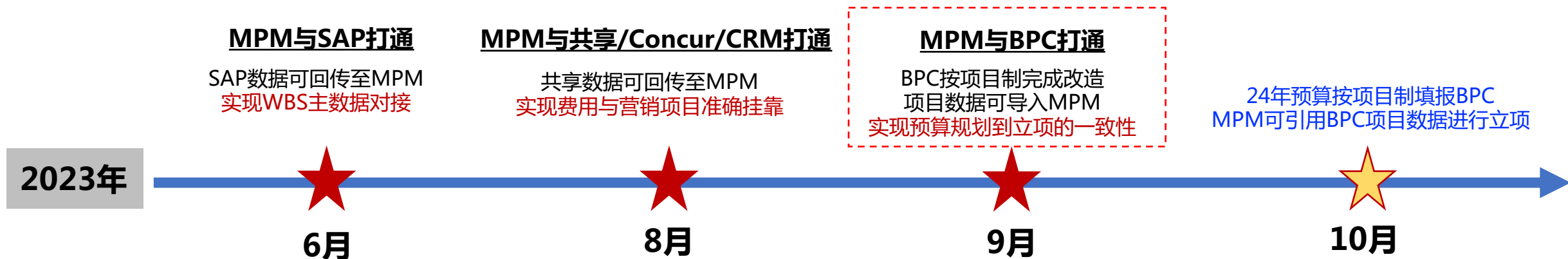
与财资体系共建业财一体的推广费管理流程及数字化平台



通过营销项目管理平台（MPM）与BPC、共享、SAP打通，保证营销项目**预算规划到执行的一致性**，并按项目进行**从预算到实际执行及评价的闭环管理**

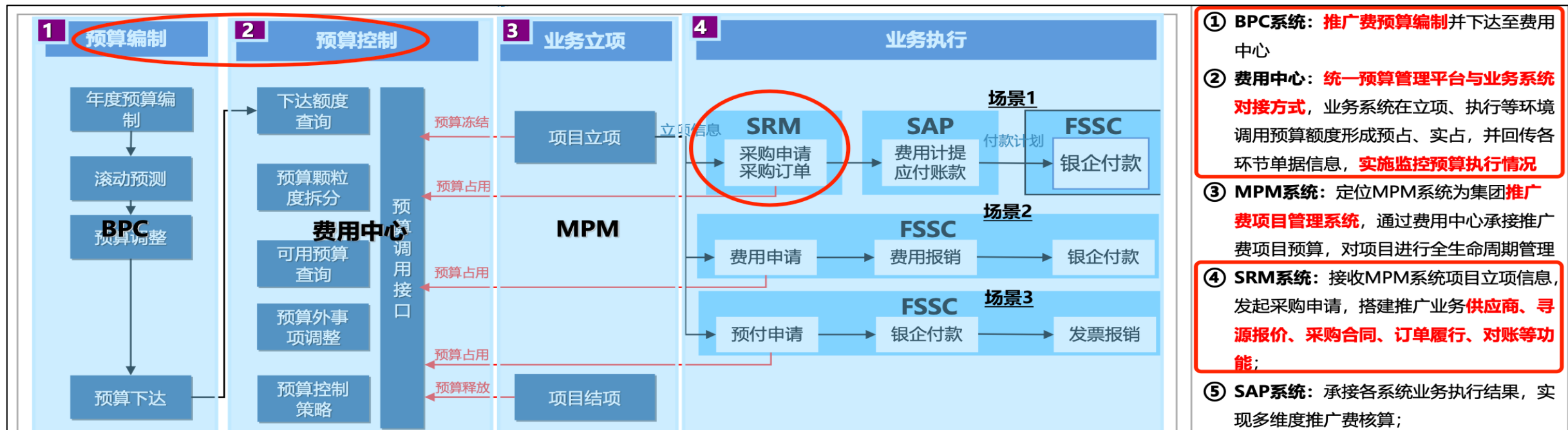
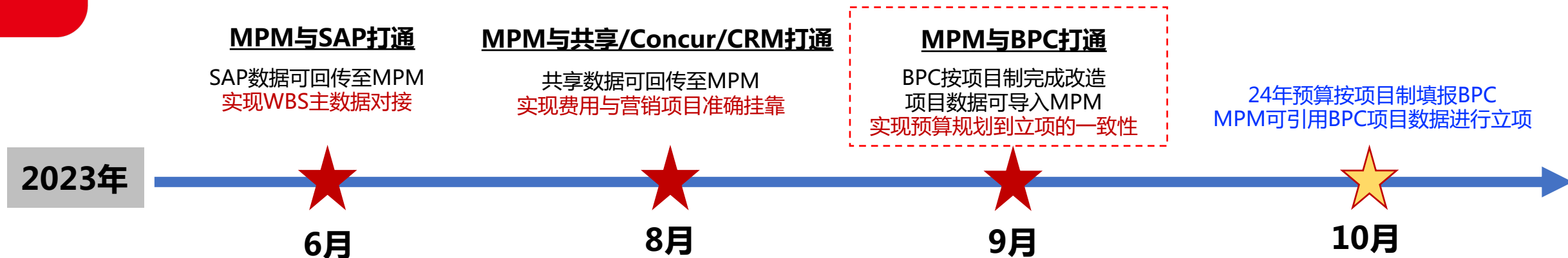






## 进展：

- 1、完成WBS主数据传输的研发阶段工作，预计6月10日协同AR项目组完成系统联调
- 2、完成MPM与共享的字段传输方案沟通，已确认传输字段范围与字段定义
- 3、MPM系统23年数字化解决方案PRD已完成70%，下一步待与BPC系统规划互锁后完善PRD





THANK YOU