

IBM OpenLink



사용자 안내서

버전 16 릴리스 1

IBM OpenLink



사용자 안내서

버전 16 릴리스 1

목차

제 1 장 소개	1	데이터 유지보수 보고서	36
대상	1	컨텍스트 메뉴 사용	37
사전 필수 지식	2	사용자 환경 설정 편집	37
번역	2	제 3 장 데이터 가져오기 및 내보내기	39
화면 캡처 및 일러스트레이션	2	데이터 가져오기	39
시작하기 전에	2	Excel 스프레드시트 사용	41
시스템 요구사항	2	데이터 파일 형식	42
IBM Omni-Channel Merchandising 서비스		데이터 파일 가져오기	85
정보	3	데이터 내보내기	87
OpenLink에 로그인하기	4	내보내기 상태 검사	88
새 사용자로 로그인	7	내보내기 삭제	89
비밀번호 재설정	11	제 4 장 속성화 개요	91
내 계정 페이지	12	속성화 작업 방법	91
IBM OpenLink에서 로그아웃	13	속성화 프로세스	92
OpenLink 개요 페이지	13	카테고리 관리자 작업공간 이해	94
데이터 가져오기	14	제 5 장 속성화 준비	97
가져오기 및 내보내기 활동 보기	15	카테고리 변경 보기	97
가져오기 대시보드	15	분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동	98
내보내기 대시보드	17	컨텐츠 편집 페이지 사용	99
사용자 관리 권한	18	카테고리 작업공간 페이지 사용	100
제 2 장 애플리케이션 내 탐색	21	제품 상태 분석기 실행	102
애플리케이션 페이지	22	제 6 장 모델링을 위한 속성화	105
동작	22	PIF 내보내기	105
보고서 찾기	23	Excel로 PIF 내보내기	107
빠른 링크 검색을 사용하는 검색	23	라인 그룹 및 크기 관계 자동 지정	109
페이지에 대한 정보를 찾기 위한 검색	23	컨텐츠 및 속성 편집	110
항목 선택	24	PIF에 익숙해지기	110
새로 고치기	24	카테고리 이해	114
느린 데이터 검색 문제점 해결	24	제품 삭제	115
캐시 지우기	24	수요 그룹 구조 채우기	116
애플리케이션 간 이동	25	크기 및 UOM 동등화	117
기본 페이지 간 이동	25	브랜드 이름 정화	118
이동 경로를 사용하여 탐색	25	Everyday Price Optimization and	
경고 받은 편지함	26	Everyday Price Management 속성	118
보고서 사용 및 관리	26	PIF 가져오기	126
보고서 내에서 편집	27	최종 검사 수행	129
데이터 집계	28	등가 단위 실행	129
검색	28	무결성 검사 수행	133
다중 페이지 이동	30	컨텐츠 편집	135
항목 목록 정렬	31		
보고서 사용자 정의	31		

모델 상태 보기	138
수요 그룹 관계 작성	140
수요 그룹에 지정	141
카테고리에 지정	142
수요 그룹 관계 내보내기	144
수요 그룹 관계 매트릭스 가져오기	145
카테고리를 속성화됨으로 표시	146
새 제품 찾기	148
모델러에 알림	150
수요 그룹을 새 제품에 자동 지정	151
제 7 장 카테고리 계층 구조 유지보수	153
카테고리 맵 가져오기	153
제품 계층 구조 맵핑	155
제품 계층 구조 맵핑 가져오기 및 내보내기	157
제품 재분류	158
새 최적화 카테고리 작성	159
개별 제품을 카테고리로 이동	160
분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동	161
새 제품 속성화	162
제품 계층 구조 대체 설정	165
PIF 속성 열 구성	166
카테고리 관리	168
제 8 장 작업 스케줄러	171
새 작업 작성	171
작업 편집	177
작업 삭제	178
작업 실행 기록 보기	178

제 9 장 도움말 및 지원 받기	179
릴리스 정보	180
온라인 도움말	180
온라인 도움말 액세스	180
도움말 이동	181
인쇄할 수 있는 사용자 안내서	181
IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원 문의	182
전화 지원	182
웹 지원	183
Internet Explorer에서 팝업 차단기 사용 안함	189
팝업 차단기 1회 사용 안함	191
IBM Omni-Channel Merchandising 교육 및 연습	191
문서에 대한 질문 및 설명	191
제 10 장 용어집	193
제 11 장 빠른 참조 안내서	205
속성화 프로세스	205
PIF 사용 대 OpenLink UI	207
수요 그룹 힌트	208
크기/UOM 힌트	208
드롭(모델에 포함되지 않음)	208
제품 정보 파일(PIF) 일반 정보	209
PIF 세부사항	209
주의사항	215

제 1 장 소개

IBM OpenLink는 지원 사무실 애플리케이션과 IBM Omni-Channel Merchandising 스위트를 통합할 때 복잡도를 감소시키는 데이터 통합, 변환, 정리 및 유지보수 플랫폼입니다.

IBM OpenLink를 사용하면 DBA, 가격 결정 분석가 및 가격 결정 관리자가 다음을 수행할 수 있습니다.

- 지원 오피스 애플리케이션과 데이터 웨어하우스의 유기적 통합
- 고객에 특정한 형식으로 제공되는 데이터 파일 가져오기, 유효성 검사 및 승인
- 교차 카테고리 합병 또는 보완 관계를 분석하기 위해 카테고리 집계 또는 구문 분석
- 보다 정확한 데이터를 작성하기 위한 콘텐츠 정리 제품
- 최적화된 결과를 예측하는 데 사용되는 계수를 생산하기 위해 모델 카테고리 요구
- 최소 사용자 개입으로 효율적으로 가격을 상점에 전달

관련 항목

『대상』

2 페이지의 『사전 필수 지식』

2 페이지의 『번역』

IBM® Openlink를 다양한 자국어 버전으로 사용할 수 있습니다.

2 페이지의 『화면 캡처 및 일러스트레이션』

2 페이지의 『시작하기 전에』

2 페이지의 『시스템 요구사항』

4 페이지의 『OpenLink에 로그인하기』

대상

IBM OpenLink는 상품화 실무자, 카테고리 관리자, 계정 담당자 및 IT 관리자와 같은 네 유형을 기본 대상으로 하여 디자인되었습니다.

사전 필수 지식

웹 브라우저, 인터넷 및 Microsoft Windows 운영 체제를 사용한 경험이 있어야 합니다. 메뉴로 탐색하고, 다양한 단추를 사용하고, 스프레드시트와 보고서로 작업하고, 웹 페이지를 탐색하는 데 익숙해야 합니다.

개념과 작업을 진행할 때 사용자가 Microsoft Excel에 익숙하다고 가정합니다.

번역

IBM Openlink를 다양한 자국어 버전으로 사용할 수 있습니다.

Openlink 애플리케이션 인터페이스를 다음과 같은 언어로 사용할 수 있습니다.

- 포르투갈어(브라질)
- 중국어
- 프랑스어
- 독일어
- 일본어
- 러시아어
- 스페인어

IBM OpenLink는 다중 통화이며 현지화된 버전에서 국제 통화를 지원합니다.

화면 캡처 및 일러스트레이션

화면 캡처 및 일러스트레이션은 이 제품을 사용할 때 표시되는 시각적 표현을 제공하기 위해 고안되었습니다. 플랫폼 또는 시스템 사용자 정의 방법에 따라 다를 수 있습니다. 따라서 이러한 일러스트레이션을 예로만 간주하도록 권장합니다.

시작하기 전에

OpenLink 사용을 시작하기 전에 시스템에 대한 요구사항을 검토하십시오.

관련 항목

『시스템 요구사항』

3 페이지의 『IBM Omni-Channel Merchandising 서비스 정보』

시스템 요구사항

다음은 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스를 사용하기 위한 표준 시스템 요구사항에 대한 세부사항입니다.

참고: 이러한 자원 요구사항은 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스에만 적용됩니다. 동시에 다른 애플리케이션을 실행하면 시스템 성능에 부정적인 영향을 줄 수 있습니다. 요구사항을 참조하여 사용자 컴퓨터를 추가적으로 조정해야 할 수 있습니다.

	최소	권장됨	지원되지 않음
RAM	1GB	1.5GB	< 1GB
CPU	1Ghz	2Ghz	< 900Mhz
디스크 여유 공간	50MB	100MB	< 50MB
OS	Windows XP	Windows XP 또는 Windows 7	Windows가 아닌 OS, Windows 2000, Windows 95/ME, Windows 8
브라우저*	Internet Explorer 7 브라우저에서는 128비트 암호화 지원이 사용 가능해야 합니다.	Internet Explorer 8, Internet Explorer 9 또는 Mozilla Firefox 브라우저에서는 128비트 암호화 지원이 사용 가능해야 합니다.	Netscape, Internet Explorer 5.5 이하, Opera, Safari
애플리케이션 내보내기	Adobe Acrobat Reader 7 MS Office 2002 (XP)(Excel .xls 파일 형식)	Adobe Acrobat Reader 7 이상 MS Office 2003 또는 MS Office 2007 (Excel .xls 또는 .xlsx 파일 형식)	
Adobe Flash	Adobe Flash 10.3.181	Adobe Flash 11 이상	Adobe Flash 9 이하
화면 해상도	1024 x 768	1024 x 768	> 1900 x 1200
연결	T1	T1	전화 접속, T1 미만
마우스	2개의 버튼	스크롤 기능이 있는 3개의 버튼	-

참고: 이 브라우저는 Microsoft Windows 운영 체제에 대해서만 인증 및 지원됩니다.

IBM Omni-Channel Merchandising 서비스 정보

IBM Omni-Channel Merchandising 서비스는 웹 브라우저를 통해 액세스됩니다. OpenLink에서 단추를 클릭할 때마다 월드 와이드 웹을 통해 데이터에 대한 요청이 전송됩니다. 따라서 OpenLink의 속도는 다음 사항에 의해 영향을 받을 수 있습니다.

- 웹의 볼륨
- 소매업체의 네트워크의 대역폭

- 소매업체가 부과하는 방화벽 또는 기타 웹 액세스 기능 제한사항
- 페이지에 표시되는 행 수

관련 항목

『기업 로고 표시』

기업 로고 표시

IBM은 모든 애플리케이션 페이지의 오른쪽 상단 구석에 회사 로고 또는 회사 브랜드를 표시할 수 있습니다. 이로 인해 애플리케이션에 더 개인적인 느낌을 추가할 수 있습니다. 로고를 표시하도록 요청하려면 첨부된 이미지 파일이 있는 기술 지원 문제를 여십시오.



전송하기 전에 이미지 파일을 형식화하는 데 다음 가이드라인을 사용하십시오.

- 로고가 24픽셀보다 크지 않아야 합니다.
- 로고 주위의 모든 공백을 제거해야 합니다.
- 로고의 백그라운드는 투명하거나 흰색이어야 합니다.
- 선호하는 이미지 형식은 GIF 및 JPG입니다.

IBM은 애플리케이션 페이지에서 균형을 맞추고 시각적으로 관심을 유도하기 위해 이미지를 약간 조정할 수 있습니다.

OpenLink에 로그인하기

이 태스크 정보

IBM OpenLink 사용을 시작하기 전에 먼저 사용자 이름 및 비밀번호를 사용하여 IBM Omni-Channel Merchandising 시스템에 로그인해야 합니다.

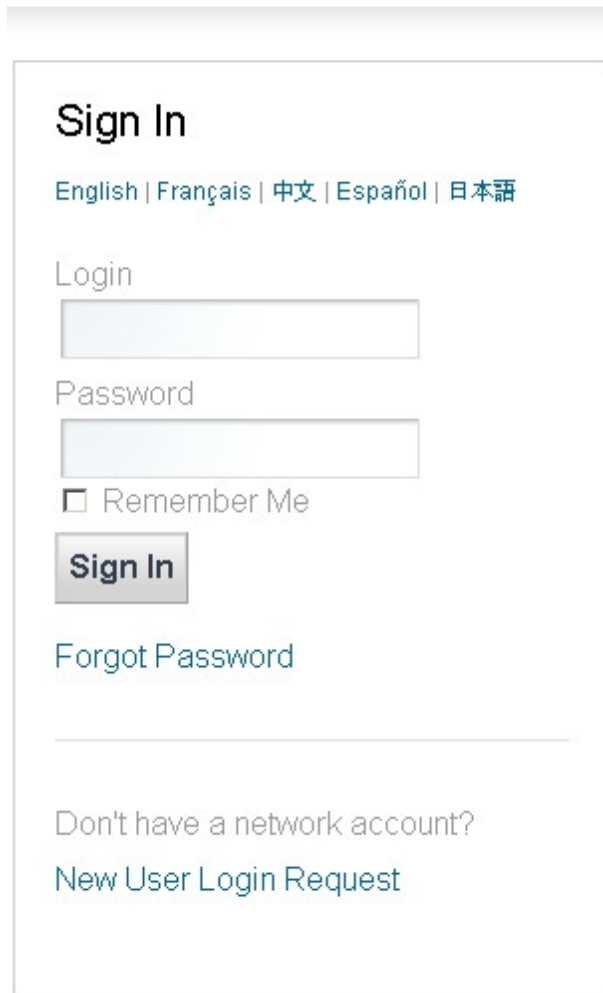
로그인 정보가 없는 새 사용자인 경우, 로그인 페이지에서 지원 케이스를 열고 사용자 이름 및 기본 비밀번호를 요청할 수 있습니다. 지원에서는 사용자가 IBM에 제출하는 이메일 주소에 기반하여 고유한 사용자 이름을 생성합니다. 지원에서 제공한 비밀번호로 로그인한 후, 계속하기 전에 기본 비밀번호를 변경하도록 프롬프트가 표시됩니다. 자세한 정보는 7 페이지의 『새 사용자로 로그인』의 내용을 참조하십시오.

참고: 보안 요구사항을 준수하기 위해 IBM 고객 지원에서 조직 내의 사용자가 IBM Omni-Channel Merchandising에 로그인할 수 있는 컴퓨터 IP 주소 범위를 지정합니다. 허용되는 IP 주소 목록에 없는 IP 주소로부터 로그인을 시도하는 모든 사용자는 모든 IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션에 대한 액세스가 거부됩니다. 자세한 정보는 고객 지원에 문의하십시오.

OpenLink를 시작하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. Internet Explorer를 여십시오.
2. 브라우저의 주소 필드에 IBM Omni-Channel Merchandising 제품 웹 주소(<https://mydt.demandtec.com> 또는 <https://companyname.demandtec.com>)를 입력하고 Enter를 누르십시오. 로그인 페이지가 표시됩니다.



Sign In

[English](#) | [Français](#) | [中文](#) | [Español](#) | [日本語](#)

Login

Password

Remember Me

Sign In

[Forgot Password](#)

Don't have a network account?

[New User Login Request](#)

3. 로그인 페이지에서 사용자 이름과 기본값 비밀번호를 입력하고 **로그인**을 클릭하십시오. 비밀번호를 잊어버린 경우 11 페이지의 『비밀번호 재설정』의 내용을 참조하십시오.
4. 기본값 비밀번호를 다음 요구사항을 준수하는 비밀번호로 변경해야 하는 경우 **내 계정** 페이지가 열립니다.
 - 8자 이상
 - 1개 이상의 문자
 - 최소 1개 이상의 숫자(0 - 9)
 - 최소 1개 이상의 기호(!@#%\$%^_+- ={}[]:;?!) (권장되지만 필수는 아님)
5. **다시 입력** 필드에 비밀번호를 다시 입력하십시오.
6. 보안 질문을 선택하고 질문에 대한 응답을 제공하십시오. 응답은 최소 네 자 이상이어야 합니다.
7. **저장**을 클릭하십시오. 표시되는 확인 페이지에서 **로그인 계속** 링크를 클릭하여 로그인 페이지로 다시 이동하십시오.
8. 로그인 페이지에서 사용자 이름과 새 비밀번호를 입력하고 **로그인**을 클릭하십시오.

한 회사 인스턴스(조직에)에 대해서만 액세스 권한이 있는 경우 다음 페이지 중 하나로 이동합니다.

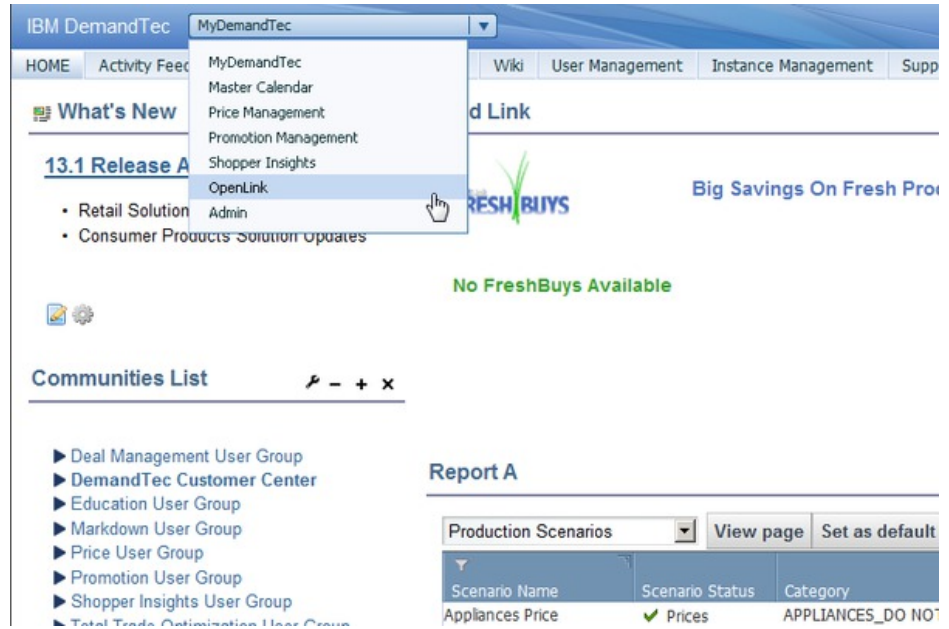
- **IBM Omni-Channel Merchandising** 홈 페이지
- Deal Management 사용자를 위한 **Deal Management** 홈 페이지
- 사용자가 판촉 실행 및 관리를 선택할 수 있는 두 가지 유형의 사용자 모두를 위한 **내 계정** 페이지. 이 페이지에 대한 자세한 정보는 12 페이지의 『내 계정 페이지』의 내용을 참조하십시오.

그러나 둘 이상의 조직에 대해 액세스 권한이 있으면 첫 **조직 선택** 페이지는 사용자가 액세스할 수 있는 조직을 표시합니다. 조직을 선택하면 위에 나열된 페이지 중 하나로 이동합니다.

참고:

- 보안을 목적으로 매 13주 후마다 비밀번호를 변경해야 합니다. 변경하지 않으면 로그인 페이지가 사용하지 못하도록 잠기고 사용자는 고객 지원으로부터 추가 지시사항을 받아야 합니다.
- IBM은 사용자의 Internet Explorer 즐겨찾기에 **IBM Omni-Channel Merchandising** 홈 페이지를 책갈피로 지정하도록 권장합니다. 고객 거래 계획 페이지를 책갈피 추가할 수 있습니다. 즐겨찾기 목록에서 페이지를 선택할 때 로그인한 다음 해당 페이지로 직접 이동됩니다.

9. IBM Omni-Channel Merchandising 홈 페이지의 기본 탐색 드롭 다운에서 가격, 판촉, 마크다운 또는 OpenLink를 클릭하여 애플리케이션을 여십시오.



10. 관리를 클릭하여 모든 애플리케이션에 공통되는 관리 작업 및 구성요소에 대한 링크를 포함하는 개요 페이지로 이동하십시오.

관련 항목

『새 사용자로 로그인』

11 페이지의 『비밀번호 재설정』

12 페이지의 『내 계정 페이지』

13 페이지의 『IBM OpenLink에서 로그아웃』

새 사용자로 로그인

이 태스크 정보

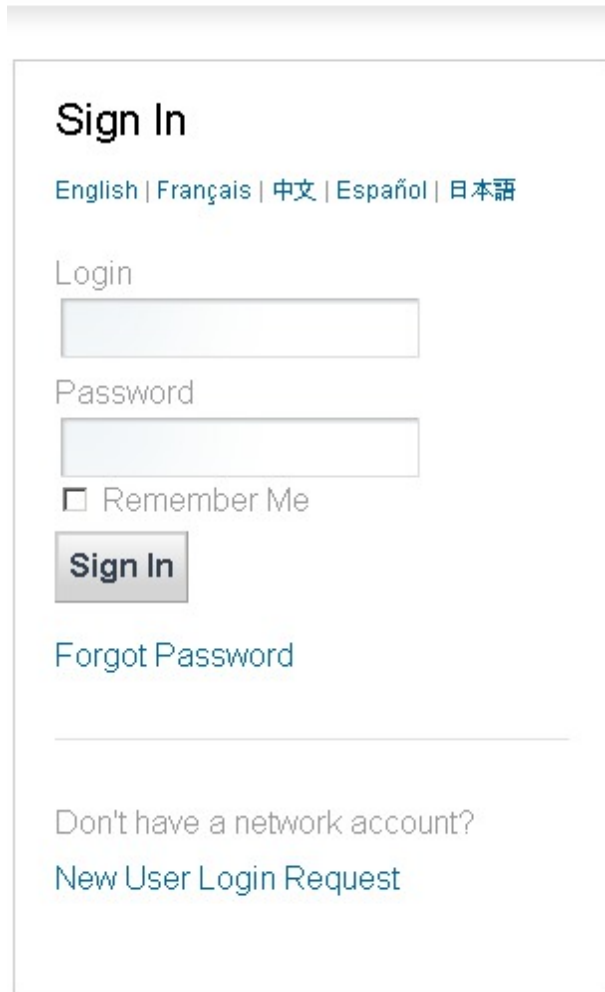
사용자의 로그인 정보가 없으면 로그인 페이지에서 새 IBM Omni-Channel Merchandising 네트워크 ID에 가입해야 합니다. 새 계정에 가입한 후에는 고객 지원 팀에서 사용자의 계정으로 판촉 서비스 및 사용자의 회사가 구매하여 사용자가 사용할 수 있도록 설정한 모든 기타 서비스에 액세스할 수 있도록 해 줍니다.

새 계정에 가입하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. Internet Explorer를 여십시오.

2. 브라우저의 주소 필드에 IBM Omni-Channel Merchandising 제품 웹 주소(<https://mydt.demandtec.com> 또는 <https://companyname.demandtec.com>)를 입력하고 Enter를 누르십시오. IBM Omni-Channel Merchandising 시스템 로그인 페이지가 표시됩니다.



Sign In

[English](#) | [Français](#) | [中文](#) | [Español](#) | [日本語](#)

Login

Password

Remember Me

Sign In

[Forgot Password](#)

Don't have a network account?

[New User Login Request](#)

3. 새 사용자 로그인 요청 링크를 클릭하여 새 계정을 요청하십시오.

Network Login User Request

[English](#) | [français](#) | [中文](#) | [español](#) | [日本語](#)

Please use your corporate email address if possible.

First Name

Last Name

Company

Email Address

Phone

Ext

Login ID

[Sign In/Forgot Password](#)

Looking for support ? Visit our [Customer Support](#) page.

4. 연락처 정보, 회사 및 업무 이메일 주소를 입력하십시오. IBM은 모든 계정 관련 정보를 사용자가 제공하는 이메일 주소로 발송합니다. IBM Omni-Channel Merchandising 서비스에 로그인하는 데 사용할 로그인 ID를 선택하십시오.
5. 새 계정을 작성하려면 **제출**을 클릭하십시오. 요청을 제출한 후 제공한 이메일 주소에서 계정의 임시 비밀번호가 담긴 이메일을 수신합니다.
6. 이용 약관을 읽은 후 계정 작성을 계속하려면 **동의합니다**를 클릭하십시오. 사용자의 비밀번호를 변경하고 보안 질문을 설정하도록 요청합니다.

My Account

My Account

Please update the security challenge question and answer for your account. John Doe

Your User Name and Password

User Name johndoe

Password The password must consist of at least 8 characters. It must contain at least one character/letter and one number (0-9). We strongly suggest including at least one symbol (@#%*_+={}|;:~?) for a stronger password. Please make sure Caps Lock is off before starting.

Enter Again

Please make a note of your user name and password. You will need your user name and your password to login.

Please select security question and provide answer for that. The answer must be at least 4 characters long.

Please choose a reminder query.

Password Reminder

Question

What is your father's middle name?

Answer

John

Email address johndoe@supervalu.com

Save

7. 다음 요구사항을 만족시키는 새 비밀번호를 선택하여 임의로 생성된 비밀번호를 변경하십시오.
 - 8자 이상
 - 문자 1자 이상
 - 최소 1개 이상의 숫자(0 - 9)
 - 최소 1개 이상의 기호(!@#%\$%^_+ ={}|;:~?) (권장되지만 필수는 아님)
8. 다시 입력 필드에 비밀번호를 다시 입력하십시오.
9. 보안 질문을 선택하고 이에 대한 응답을 제공하십시오. 응답은 최소 네 자 이상이어야 합니다.
10. 저장을 클릭하십시오. 표시되는 확인 페이지에서 로그인 계속 링크를 클릭하여 로그인 페이지로 다시 이동하십시오.
11. 로그인 페이지에서 사용자 이름과 새 비밀번호를 입력하고 로그인을 클릭하십시오.
12. 일단 사용자의 계정이 작성되면 지원은 자동으로 공지되고 모든 적절한 애플리케이션 권한을 가진 사용자의 계정을 프로비저닝합니다. 이 제공 프로세스가 완료되면 계정과 연관된 주소에서 이메일을 수신합니다.

참고:

- 보안을 목적으로 매 13주 후마다 비밀번호를 변경해야 합니다. 변경하지 않으면 로그인 페이지가 사용하지 못하도록 잠기고 사용자는 고객 지원으로부터 추가 지시사항을 받아야 합니다.
- **IBM Omni-Channel Merchandising 홈** 페이지를 사용자의 Internet Explorer 즐겨찾기에 책갈피로 지정하도록 권장합니다. 또한 IBM

Omni-Channel Merchandising 서비스 페이지를 책갈피로 지정할 수 있습니다. 즐겨찾기 목록에서 페이지를 선택할 때 로그인한 다음 해당 페이지로 직접 이동됩니다.

13. **IBM Omni-Channel Merchandising** 홈 페이지의 기본 탐색 드롭 다운에서 **OpenLink** 섹션을 클릭하여 IBM OpenLink를 여십시오.
14. 데이터 또는 관리를 클릭하여 모든 애플리케이션에 공통되는 관리 작업 및 구성요소에 대한 링크를 포함하는 개요 페이지로 이동하십시오.

비밀번호 재설정

이 태스크 정보

현재 비밀번호를 재설정하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. IBM Omni-Channel Merchandising 로그인 페이지에서 **비밀번호 분실**을 클릭하십시오. **비밀번호 복구** 페이지가 표시됩니다.

Recover Password

[English](#) | [français](#) | [中文](#) | [español](#) | [日本語](#)

Screen Name

jdoe

hointof materials.

Type the two words:

hointof materials.

reCAPTCHA™ stop spam. read books.

Send New Password

[Sign In](#) | [Create Account](#)

2. 사용자 이름을 입력하고 CAPTCHA 이미지의 단어를 입력한 다음 **새 비밀번호 전송**을 클릭하십시오.

참고: 사용자 이름이 인식되지 않거나 지정된 주소에서 이메일을 수신할 수 없는 경우 IBM 고객 지원 센터에 문의해야 합니다.

- 이메일 받은 편지함에서 임시 계정 비밀번호를 확인하십시오. 임시 비밀번호로 로그인한 후 계정의 새 비밀번호를 선택해야 합니다.

내 계정 페이지

이 태스크 정보

로그인하면 내 계정 페이지에서 사용자 계정과 관련된 정보를 변경하거나 수정할 수 있습니다. 예를 들어, 여러 인스턴스에 액세스 권한을 가진 경우, 다른 인스턴스로 전환할 수 있습니다. 또한 사용 가능한 인스턴스 제품 목록에서 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스를 열 수 있습니다.

참고: 여러 브라우저 창이 동시에 열릴 수 있으나 모든 창이 동일한 인스턴스에 액세스합니다. 한 세션 내의 두 인스턴스에 동시에 액세스할 수 없습니다.

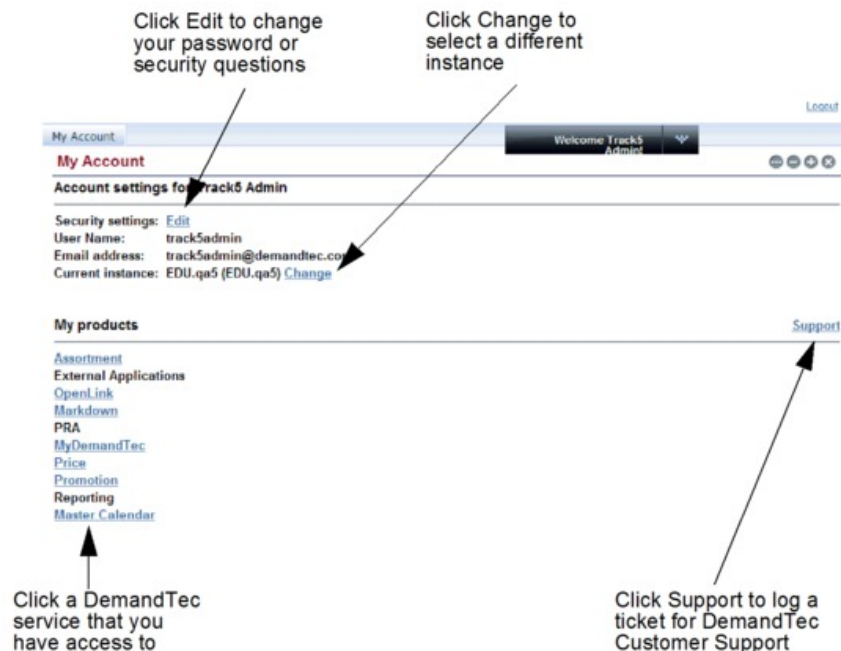
페이지는 다음과 같은 추가 링크를 포함합니다.

- 편집 링크는 보안 설정 옆에 있으며 IBM에 로그인한 상태로 기존 비밀번호 또는 보안 질문을 변경할 수 있도록 해 줍니다.
- 지원 링크는 내 계정 페이지의 오른쪽 끝에 있으며 IBM 고객 지원의 지원 티켓을 입력하는 웹 지원 사이트를 엽니다.

인스턴스 또는 서비스를 변경하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

- 페이지의 맨 위에서 내 계정 링크를 클릭하여 내 계정 페이지를 여십시오.



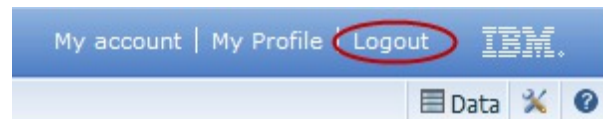
2. 인스턴스를 변경하려면 **현재 인스턴스** 옆의 **변경** 링크를 클릭하십시오. 다른 인스턴스를 선택할 수 있도록 **인스턴스 선택** 페이지로 돌아갑니다.
3. 다른 IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션으로 전환하려면 **내 제품** 목록에서 서비스를 선택하십시오. 애플리케이션 처음 페이지로 이동하게 됩니다.

IBM OpenLink에서 로그아웃

임의의 페이지의 맨 위에서 **로그아웃**을 클릭하기만 하면 IBM OpenLink를 종료할 수 있습니다. 저장된 모든 설정은 다음 로그인을 위해 보존됩니다. 로그아웃 하면 처음 로그인 페이지로 돌아갑니다.

로그아웃하는 대신 브라우저 창을 닫거나 다른 웹 페이지로 이동하는 경우, 비활성 상태로 30분이 경과하면 자동으로 로그아웃되고 로그인 페이지에서 다시 로그인해야 합니다.

참고: IBM 고객 지원은 사용자 조직의 사용 패턴 및 보안 정책에 따라 15, 60, 120 또는 180분 등의 다양한 세션 제한시간 값을 구성할 수 있습니다.

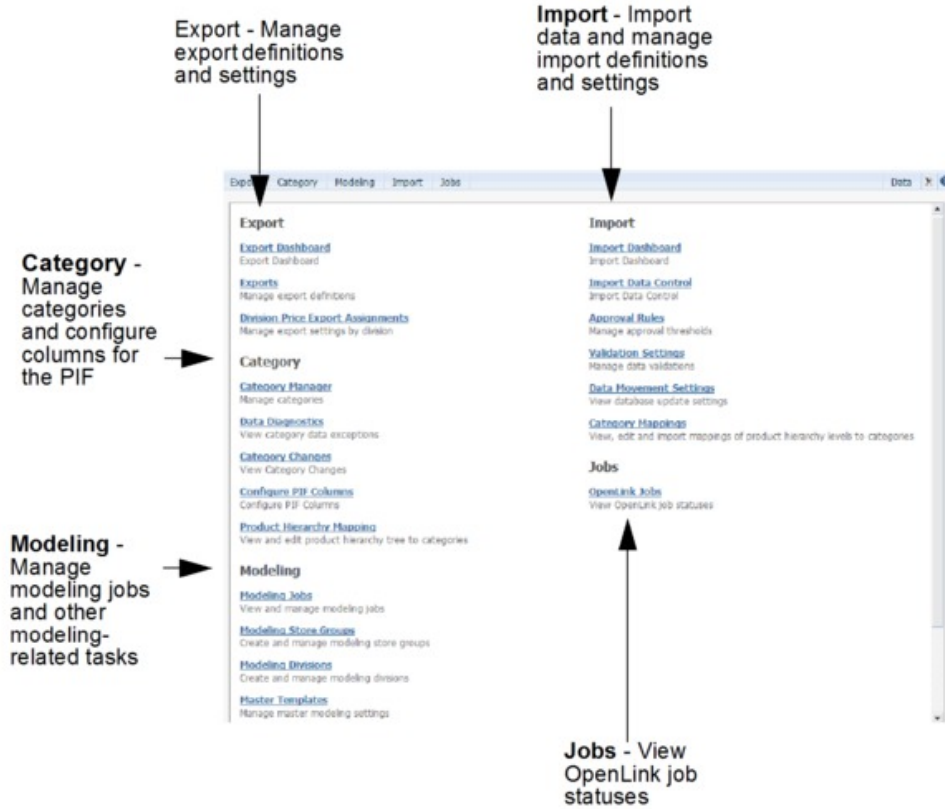


참고: 보안을 유지하고 시스템 자원을 사용 가능하게 하기 위해 애플리케이션을 사용하고 있지 않을 때 로그아웃해야 합니다.

OpenLink 개요 페이지

서비스 드롭 다운 메뉴에서 **OpenLink**를 선택하면 OpenLink **개요** 페이지로 이동됩니다. **개요** 페이지에서는 OpenLink 애플리케이션의 모든 기능이 표시되고 기능을 하위 유형별로 그룹화하고 각 기능에 대한 설명을 제공합니다. 또한 **OpenLink** 드롭 다운 메뉴에서도 동일한 페이지에 액세스할 수 있습니다.

이 안내서에서는 프로세스와 관련된 제품의 페이지 및 작업에 대해서만 설명합니다. 속성화는 모델링 및 최적화 프로세스에 대한 제품 정보를 준비하기 위한 일련의 작업입니다.



데이터 가져오기

이 태스크 정보

다음 방법으로 데이터를 IBM OpenLink로 가져옵니다.

프로시저

1. 데이터(.txt 파일 내의 텍스트)는 IBM OpenLink 애플리케이션을 통해 수신됩니다. 이 방법은 새 데이터를 가져오기 위한 가장 일반적인 방법입니다. 고객은 판매, 위치, 제품, 경쟁사 가격 및 제품 비용 변경 등에 대한 데이터를 매주 (FTP를 통해) IBM Omni-Channel Merchandising에 전송합니다. 이 데이터는 데이터 명확성을 보장하기 위해 자동화된 유효성 검사를 사용하는 OpenLink에서 수신됩니다. 이러한 파일에서는 수동 또는 사용자 개입이 거의 필요하지 않습니다. 가져온 파일은 **가져오기 대시보드** 보고서에서 모니터링됩니다. 자세한 정보는 15 페이지의 『가져오기 및 내보내기 활동 보기』의 내용을 참조하십시오.

대규모 데이터 세트는 자동화된 데이터 정확성 스크리닝을 활용할 수 있도록 OpenLink를 통해 전송되어야 합니다. OpenLink는 부정확하거나 손상된 데이터가 애플리케이션에 입력되는 것을 방지하는 도구입니다. 데이터는 표준 형

식으로 입력되고 유효성이 검사됩니다. 유효성 검사에서는 오류를 확인하고 이 오류에 플래그를 지정합니다. 오류가 수정되면 유효성 검사를 다시 실행합니다. 이 프로세스의 최종 출력은 간결하고 정확한 데이터입니다.

2. 제품 정보 파일(PIF)은 내보내기/가져오기 프로세스입니다. 이 프로세스를 사용하면 OpenLink 내의 PIF를 MS Excel 파일에 내보내고 제품을 속성화하고 정보를 시스템에 다시 가져옵니다. 자세한 정보는 91 페이지의 제 4 장 『속성화 개요』의 내용을 참조하십시오.

관련 항목

『가져오기 및 내보내기 활동 보기』

가져오기 및 내보내기 활동 보기

IBM Omni-Channel Merchandising에서 파일을 가져오고 내보내기 위해 OpenLink를 사용하면 제품 정보가 사용 가능해짐에 따라 해당 정보를 업데이트 하면서 데이터 파일을 자동으로 관리할 수 있습니다. 가져오기 및 내보내기가 점점 복잡해지면서 추적도 복잡한 작업이 될 수 있습니다.

이 과제를 해결하기 위해 OpenLink에는 직관적인 가져오기 및 내보내기 대시보드가 포함됩니다. 이 대시보드에서는 스케줄링되거나 요청 시 데이터 전송 활동 시각화를 제공합니다.

참고: 가져오기 대시보드 페이지는 버전 10.1 이하의 가져오기, 승인된 가져오기 및 파일 업로드 페이지를 대체합니다.

데이터 가져오기 제어 페이지를 사용하면 다양한 일괄처리 가져오기의 흐름 및 설정을 제어할 수 있습니다. 이 보고서는 파일 패턴, 볼륨, 기록 범위, 데이터 로드 시간 임계값 및 기타 가져오기 정보를 표시합니다. 이 페이지의 액세스 및 사용 방법에 대한 자세한 정보는 IBM 담당자에게 문의하십시오.

관련 항목

『가져오기 대시보드』

17 페이지의 『내보내기 대시보드』

가져오기 대시보드

가져오기 대시보드는 파일 가져오기 단추를 통해 단일 파일 업로드를 수행할 수 있도록 허용하면서 모든 가져오기 관련 상태 정보를 한 페이지에 통합합니다. 대시보드는 성공, 실패 및 이전 가져오기의 특성뿐만 아니라 현재 실행 중인 각 가져오기 프로세스의 실시간 상태를 표시합니다.

Batch Type	Filename	Batch Status	Sub Status	Staging Batch ID	Total Records	Total Rejected	Lvl 1 Errors	Lvl 2 Errors
Current Retail PRK	currentretailPRK.txt	Received	Received				0	0
Sellable Logistical Location Map	l2.txt	Received	Received				0	0
Sellable Logistical Location Map	deltest.txt	Received	Received				0	0
Sellable Item	sel.txt	Received	Received				0	0
Competitor Zone	comp zone.txt	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125869	4	0	0	0
Competitor Zone	comp zone.txt	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125868	4	0	0	0
Competitor Zone	comp zone.txt	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125867	4	0	0	0
Competitor Zone	comp zone.txt	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125866	4	0	0	0
ABC Cost	UNIX SA.doc	Failed	IMPORT FAILED - DB2 Import Failed	125767			0	0
Location	3.txt	Loaded	approved	125766	1		0	0
Product Location VAT	VAT_RATE_AHOfub4...	Loaded	RAPIDS APPROVED - Approval Complete	125672	3	0	0	0

각 파일이 OpenLink에 의해 처리되므로 가져오기 대시보드를 사용하여 일괄처리 상태, 가져오기 프로세스 및 가져오기 중에 발생할 수 있는 모든 오류를 볼 수 있습니다. 대시보드는 각 가져오기에 대한 정보를 포함하는 읽기 전용 표입니다. 이 표는 다음과 같은 열을 포함합니다.

- **일괄처리 유형:** 파이프라인에 있는 데이터 파일의 데이터 유형입니다.
- **파일 이름:** 데이터 파일의 파일 이름입니다.
- **일괄처리 상태:** 파이프라인 내의 데이터 상태입니다. 상태의 값은 다음 중 하나여야 합니다.
- **수신됨:** 파일이 적절한 OpenLink 폴더로 전송되었으나 데이터 로드 프로세스에 의해 선택되지 않았습니다. 이 파일과 연관된 일괄처리가 없습니다.
- **로드 준비(수동):** 이 하위 상태는 파일이 '파일 가져오기' 단추를 통해 수동으로 로드되었는지 여부를 표시합니다.
- **처리 중:** 파일이 데이터 로드 프로세스에 의해 선택되었으며 현재 진행 중입니다.
- **하위 상태:** 처리 중 내에서 하위 상태 정보도 표시될 수 있습니다. 예: 처리 - 유효성 검사 , 처리 - DB 로드.
- **로드됨:** 파일이 데이터베이스에 로드되었습니다. 모든 레코드가 로드되었습니다.
- **오류와 함께 로드됨:** 파일 내의 레코드 중 일부가 데이터베이스에 로드되지 않았으나 다른 일부는 성공적으로 로드되었습니다. 거부된 레코드는 거부 파일에서 사용 가능합니다.
- **실패함:** 데이터베이스에 레코드가 로드되지 않았습니다. 이 상태는 레벨 1 오류의 결과입니다.
- **스테이징 일괄처리 ID:** 사용 가능한 경우, 데이터 파일에 대한 일괄처리 ID입니다. 파일이 로드 중으로 표시되지 않으면 이 필드가 비어 있습니다.
- **레코드 합계:** 수신된 데이터 파일 내의 레코드 총계입니다.
- **거부 합계:** 오류로 인해 거부된 레코드 총계입니다.

- **레벨 1 오류:** 가져오기가 실패하는 원인이 되는 주요 오류를 발생시킨 레코드 수입니다.
- **레벨 2 오류:** 해당 레코드를 로드하는 데 실패하는 원인이 되는 심각한 오류를 발생시킨 레코드 수입니다.
- **레벨 3 오류:** 경고가 발생하는 원인이 되는 경미한 오류를 발생시킨 레코드 수입니다.
- **시작 날짜:** 데이터 로드 프로세스에 의해 데이터 파일이 선택된 날짜 및 시간입니다.
- **종료 시간:** 파일에 대한 데이터 로드 프로세스가 완료된 날짜 및 시간입니다.
- **로드 시간:** 시작 날짜 및 종료 날짜 간의 총 경과 시간입니다.
- **평균 로드 시간:** 데이터 파일 내의 레코드 수로 가중치가 지정되는 마지막 N개의 데이터 로드를 기반으로 하는 동일한 유형의 데이터 평균 로드 시간입니다. 'N'은 각 데이터 유형에 대한 **데이터 가져오기 제어** 페이지에서 설정되는 구성 가능한 값입니다. 기본적으로 대시보드에 표시되지 않는 선택적 필드이나 **환경 설정 편집** 페이지를 통해 추가할 수 있습니다.
- **볼륨 분산:** 입력 파일 및 마지막 N개의 데이터 로드에서 동일한 데이터 유형의 데이터 평균 수 사이의 레코드 수의 차이입니다. 기본적으로 대시보드에 표시되지 않는 선택적 필드이나 **환경 설정 편집** 페이지를 통해 추가할 수 있습니다.
- **승인자:** 데이터 로드 프로세스를 시작한 사용자 이름입니다. 프로세스가 자동화되면 사용자가 '내부 사용자'가 됩니다.

관련 항목

14 페이지의 『데이터 가져오기』

내보내기 대시보드

내보내기 대시보드는 사용자가 사용자 회사의 스케줄 및 요청 시 내보내기를 모니터링할 수 있도록 OpenLink로부터의 모든 내보내기 활동을 표시합니다. 내보내기 대시보드를 보려면 **OpenLink > 내보내기 대시보드**로 이동하십시오. 기본 대시보드 보기는 아래에 표시됩니다.

Type	Export Name	Division	Status	# Records	Start Time	End Time	Elapsed Time (Min.)
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Scheduled		Jul 1, 2010 9:57 PM		
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Scheduled		Jul 4, 2010 9:29 PM		
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Scheduled		Jul 4, 2010 10:33 PM		
DisplayPlanning	Display Planning Export		Exported	1	Jun 30, 2010 5:37 AM	Jun 30, 2010 5:51 AM	14
DisplayPlanning	Display Planning Export		Exported	3176	Jun 29, 2010 12:35 PM	Jun 29, 2010 1:17 PM	42
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Scheduled		Jun 30, 2010 12:55 PM		
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 12:55 PM	Jun 29, 2010 12:55 PM	0
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 1:55 PM	Jun 29, 2010 1:55 PM	0
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 2:55 PM	Jun 29, 2010 2:55 PM	0
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 3:55 PM	Jun 29, 2010 3:55 PM	0
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 4:55 PM	Jun 29, 2010 4:55 PM	0
MPerfDetail	MC Performance Detail Export		Exported	0	Jun 29, 2010 5:55 PM	Jun 29, 2010 5:55 PM	0

내보내기 대시보드 페이지의 모든 필드는 읽기 전용입니다. 대시보드는 다음 열로 구성됩니다.

- **유형:** 내보내기 유형: 가격, 판촉 세부사항, 마크다운 등
- **내보내기 이름:** 내보내기에 대한 사용자 정의 이름 또는 설명
- **부서:** 내보내기에 첨부되는 부서
- **상태:** 파이프라인 내의 데이터 상태. 상태 열은 여러 값을 표시할 수 있습니다.
- **스케줄링됨:** 내보내기가 스케줄링되었으나 아직 실행되지 않았습니다.
- **추출 중:** 내보내기가 데이터베이스에서 데이터를 내보내는 중입니다.
- **내보냄:** 데이터가 DB에서 추출되었으며 내보내기에 첨부된 모든 처리 후 스크립트가 성공적으로 실행되었습니다.
- **오류:** 내보내기에 실패했습니다.
- **레코드 수:** 내보낸 레코드의 총계입니다.
- **시작 시간:** 내보내기가 시작된 날짜 및 시간입니다.
- **종료 시간:** 내보내기가 완료된 날짜 및 시간입니다.
- **경과 시간:** 시작 날짜 및 종료 날짜 간의 총 경과 시간입니다.
- **내보낸 사용자:** 데이터 내보내기 프로세스를 시작한 사용자 이름입니다. 프로세스가 자동화되면 사용자가 '내부 사용자'가 됩니다.

87 페이지의 『데이터 내보내기』

88 페이지의 『내보내기 상태 검사』

사용자 관리 권한

사용자 관리 권한 정의가 나열됩니다.

- **일정 기간 정의 관리** - 사용자가 관리 페이지의 일정 관리 섹션에서 기본 일정 기간을 수정하고 새 일정 기간 정의 파일을 업로드할 수 있습니다.

- **회사 범위 UI 환경 설정 관리** - 사용자가 회사 내 모든 사용자에게 대해 보고서 편집 페이지에서 기본 보고서 설정을 설정할 수 있습니다.
- **표시 설정 관리** - 사용자가 표시 템플릿을 로드하고 표시 계획 도구를 구성하고 표시 특성을 관리할 수 있습니다.
- **작업 스케줄러 관리** - 사용자가 작업 스케줄러 큐에서 작업을 편집할 수 있습니다. 이는 백그라운드 실행 프로세스입니다.
- **알림 별명 관리** - 사용자가 경고를 수신하도록 사용자 그룹에 대한 알림 별명을 작성, 삭제 또는 편집할 수 있습니다.
- **조직 관리** - IBM Omni-Channel Merchandising Support 및 IBM Omni-Channel Merchandising Operations가 새 회사를 설정하고 회사 정보를 편집할 수 있도록 허용합니다.

참고: 조직 관리는 IBM Omni-Channel Merchandising Support 및 IBM Omni-Channel Merchandising Operations 사용자에게 대해서만 선택되어야 합니다. 데이터베이스 특성이 잘못 설정되면 애플리케이션이 불안정해질 수 있습니다.

- **작업 스케줄러 관리** - 사용자가 작업 스케줄러에서 작업을 작성 및 관리할 수 있습니다.
- **권한 편집** - 사용자가 모든 사용자 권한을 편집할 수 있습니다. 각 조직에서 한 명 이상의 사용자가 이 기능을 보유해야 합니다.
- **시스템 구성 편집** - IBM Omni-Channel Merchandising Support 및 IBM Omni-Channel Merchandising Operations가 회사에 대한 시스템 구성을 편집할 수 있도록 허용합니다.

참고: 시스템 구성 편집은 IBM Omni-Channel Merchandising Support 및 IBM Omni-Channel Merchandising Operations 사용자에게 대해서만 선택되어야 합니다. 시스템 특성이 잘못 설정되면 애플리케이션이 불안정해질 수 있습니다.

- **사용자 편집** - 사용자가 사용자를 작성, 편집, 삭제할 수 있습니다.
- **OpenLink 관리** - IBM Omni-Channel Merchandising Support 및 IBM Omni-Channel Merchandising Operations가 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink를 관리할 수 있도록 허용합니다.
- **작업 보기** - 사용자가 작업 스케줄러 큐에서 작업을 볼 수 있습니다.

관련 항목

이메일 알림 별명 설정

경고를 수신할 이메일 별명을 설정하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 이 작업을 수행하려면 **알림 별명 관리** 권한이 필요합니다.

제 2 장 애플리케이션 내 탐색

IBM Omni-Channel Merchandising 작업공간을 사용하면 해당 권한을 가진 모든 애플리케이션에 액세스할 수 있습니다. 대부분의 애플리케이션 및 페이지는 검색, 보고서 및 페이지링 등의 유사한 탐색 기능을 공유합니다. 모든 기능은 모든 페이지 및 모든 애플리케이션에서 동일한 방식으로 작동합니다.

IBM Omni-Channel Merchandising의 특정 영역에 대한 액세스는 사용자의 권한에 따라 결정됩니다.

관련 항목

23 페이지의 『보고서 찾기』

보고서는 정보를 필터링하는 사전 정의된 방법입니다. 다른 보고서는 다른 화면에서 사용할 수 있습니다.

27 페이지의 『보고서 내에서 편집』

보고서 내에서 필드를 편집하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

28 페이지의 『데이터 집계』

일부 보고서에서는 여러 집계 레벨로 데이터를 볼 수 있습니다.

28 페이지의 『검색』

열에서 단어, 문자 또는 숫자를 검색하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

29 페이지의 『보고서 열에서 검색』

페이지 맨 위에 있는 검색 필드 외에도 보고서 항목의 검색 및 필터링에 대해 고급 필터 기능을 사용할 수 있습니다.

30 페이지의 『다중 페이지 이동』

다중 페이지에 걸쳐 이동하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

31 페이지의 『항목 목록 정렬』

열 머리글 기준으로 항목 목록을 정렬하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

31 페이지의 『보고서 사용자 정의』

보고서를 사용자 정의하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

32 페이지의 『열 추가 또는 제거』

열을 추가하거나 제거하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

32 페이지의 『열 순서 변경』

열 순서를 변경하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

33 페이지의 『열 정렬』

열을 정렬하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

33 페이지의 『열 필터링』

열을 필터링하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

애플리케이션 페이지

IBM Omni-Channel Merchandising의 많은 페이지에서 아래 기능에 액세스할 수 있습니다.

관련 항목

『동작』

23 페이지의 『보고서 찾기』

보고서는 정보를 필터링하는 사전 정의된 방법입니다. 다른 보고서는 다른 화면에서 사용할 수 있습니다.

23 페이지의 『페이지에 대한 정보를 찾기 위한 검색』

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 페이지에 대한 정보를 찾을 수 있는 여러 방법을 제공합니다.

24 페이지의 『항목 선택』

Shift와 Ctrl 키는 페이지에서 여러 항목을 선택하는 데 사용됩니다.

24 페이지의 『새로 고치기』

IBM Omni-Channel Merchandising 내의 페이지 상태를 업데이트하려면 새로 고치기를 수행해야 합니다.

24 페이지의 『느린 데이터 검색 문제점 해결』

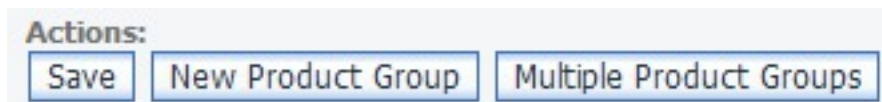
확인, 저장 또는 오름차순 정렬 등의 단추를 선택하면 IBM Omni-Channel Merchandising 웹 기반 애플리케이션에서 데이터 검색이 진행됩니다. 가끔 정보를 검색하는 동안 애플리케이션이 멈춘 것처럼 보일 때가 있습니다. 데이터 검색 동안 페이지가 멈춘 것처럼 보일 때 사용할 수 있는 몇 가지 문제점 해결 팁이 있습니다.

24 페이지의 『캐시 지우기』

캐시를 지우려면 이 프로시저를 사용하십시오.

동작

동작 단추를 클릭하면 새 활동이 실행됩니다. 예를 들어, **새 제품 그룹** 동작 단추를 클릭하여 새 제품 그룹을 작성합니다. **저장** 단추를 클릭하여 새 활동과 변경사항을 저장할 수 있습니다.



보고서 찾기

보고서는 정보를 필터링하는 사전 정의된 방법입니다. 다른 보고서는 다른 화면에서 사용할 수 있습니다.

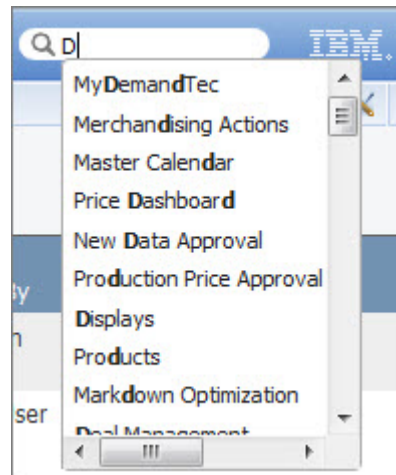
예를 들어, 여러 보고서를 제품 그룹 보고서를 포함하는 제품 그룹 페이지에서 사용할 수 있습니다.



빠른 링크 검색을 사용하는 검색

빠른 검색을 사용하여 애플리케이션 중심으로 신속하게 이동할 수 있습니다.

검색 필드를 사용하여 애플리케이션의 다른 영역으로 신속하게 이동할 수 있습니다. 검색 상자에 입력할 때 애플리케이션의 일치하는 페이지가 자동으로 드롭다운 메뉴를 채웁니다. 클릭하여 페이지를 선택하면 이 페이지로 이동할 수 있습니다.



페이지에 대한 정보를 찾기 위한 검색

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 페이지에 대한 정보를 찾을 수 있는 여러 방법을 제공합니다.

문자, 단어, 숫자, >, <, 또는 =와 같은 문자를 검색할 수 있습니다. 와일드카드 * 문자를 사용하여 특정 단어를 포함하는 항목을 찾을 수 있습니다. 예를 들어, *Yogurt*는 Light Yogurt, Plain Yogurt 및 Yogurt Drinks를 리턴합니다.



항목 선택

Shift와 Ctrl 키는 페이지에서 여러 항목을 선택하는 데 사용됩니다.

다중 항목을 선택하려면 하나 이상의 항목을 선택하고 Shift 또는 Ctrl 키를 누른 상태에서 다른 항목을 선택하십시오.

- Shift 키: 연속된 항목을 선택합니다.
- Ctrl 키: 연속되지 않은 항목을 선택합니다.

새로 고치기

IBM Omni-Channel Merchandising 내의 페이지 상태를 업데이트하려면 새로 고치기를 수행해야 합니다.

화면을 새로 고치려면 F5를 누르거나 Internet Explorer 브라우저 도구 모음에서 새로 고치기 단추를 클릭하십시오.

느린 데이터 검색 문제점 해결

확인, 저장 또는 오름차순 정렬 등의 단추를 선택하면 IBM Omni-Channel Merchandising 웹 기반 애플리케이션에서 데이터 검색이 진행됩니다. 가끔 정보를 검색하는 동안 애플리케이션이 멈춘 것처럼 보일 때가 있습니다. 데이터 검색 동안 페이지가 멈춘 것처럼 보일 때 사용할 수 있는 몇 가지 문제점 해결 팁이 있습니다.

프로시저

1. Internet Explorer 브라우저 창의 왼쪽 하단에서 준비가 표시되는지 확인하십시오. 또한 페이지를 새로 고칠 수도 있습니다.
2. 페이지에 액세스할 수 없거나 데이터를 변경할 수 없으면 올바른 인증서가 있고, 인증서가 올바르게 설치되었으며, 인증서에 올바른 권한이 연관되었는지 확인하십시오.

캐시 지우기

캐시를 지우려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

월드 와이드 웹을 통해 이동할 때 사용자가 기억할 수 있도록 컴퓨터가 캐시를 작성하거나 액세스한 페이지를 저장합니다. 페이지는 기록으로 저장되고 이로 인해 후속 방문 시 페이지를 더 쉽고 빠르게 볼 수 있습니다.

페이지에 향상된 기능이 있는 경우, 컴퓨터가 저장한 기록 때문에 업데이트된 페이지가 표시되지 않을 수 있습니다.

프로시저

1. Internet Explorer를 여십시오.
2. 도구 > 인터넷 옵션을 선택하십시오. 인터넷 옵션 대화 상자가 나타납니다.
3. 대화 상자 가운데에서 파일 삭제를 클릭하십시오.
4. 표시되는 파일 삭제 메시지 상자에서 확인을 클릭하십시오. 그러면 캐시가 지워집니다. 캐시를 전혀 지우지 않거나 거의 지우지 않은 경우, 프로세스를 완료하는 데 몇 분 정도 소요될 수 있습니다.

애플리케이션 간 이동

애플리케이션 드롭 다운 메뉴를 사용하여 개별 애플리케이션 및 각 애플리케이션 내의 영역에 신속하게 액세스할 수 있습니다. 애플리케이션 페이지로 이동하여 기본 작업을 완료하려면 계단식 메뉴를 사용하십시오.

기본 페이지 간 이동

메뉴 표시줄에서는 애플리케이션 내 기본 페이지 사이를 이동할 수 있습니다. 아래는 판촉 계획 및 실행의 예입니다.

애플리케이션의 특정 영역에 대한 액세스는 권한으로 제어됩니다.



이동 경로를 사용하여 탐색

이동 경로 추적은 사용자가 현재 페이지에 도달하기 위해 이동한 애플리케이션 내의 페이지 계층 구조입니다. 이동 경로 추적은 많은 페이지의 맨 위에 표시됩니다. 계층 구조에서 직접 특정 페이지로 신속하게 링크되거나 시작 위치로 다시 이동할 수 있습니다.

현재 페이지는 계층 구조의 마지막 요소입니다. 페이지를 떠나기 전에 입력한 데이터를 모두 저장해야 합니다. 단, 이동 경로 추적을 사용하여 페이지로 다시 이동하는 경우에는 이전 페이지에서 입력한 모든 검색 기준이 유지됩니다.



경고 받은 편지함

경고 받은 편지함을 사용하면 애플리케이션 내의 다양한 이벤트 및 활동에 의해 생성되는 경고 중 가입한 경고를 볼 수 있습니다.

자신이 시작한 활동에 대한 경고 또는 회사 내의 사용자가 활동을 시작한 경고만 수신할 수 있습니다. 이벤트의 예로는 새 제품 비용을 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink로 가져올 때 또는 판촉이 예상될 때 등이 있습니다. 경고는 경고를 볼 수 있는 메시지 대화 상자에 저장됩니다.

IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션에서 경고를 수신하는 외에 사용자 프로필에 저장된 이메일 주소를 사용하여 이메일을 통해 경고를 수신할 수 있습니다.

새 경고 알림 아이콘은 사용자가 새 메시지를 수신할 때 IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션의 오른쪽 맨 위에 표시됩니다. 아이콘에 표시되는 숫자는 새 메시지 수를 나타냅니다.

마우스를 아이콘에 대고 팝업에서 **받은 편지함으로 이동**을 클릭하고 **경고 받은 편지함** 대화 상자를 여십시오. 대신 아이콘을 닫으면 새 메시지가 도착할 때까지 아이콘은 표시되지 않습니다. 경고 받은 편지함은 도구 메뉴의 옵션으로도 사용 가능합니다.

경고 받은 편지함 대화 상자에서 메시지를 두 번 클릭하거나 마우스 오른쪽 단추 클릭 메뉴에서 **열기**를 선택하여 열고 **메시지 세부사항** 대화 상자에서 보십시오. 또한 하나 이상의 메시지를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하여 읽음으로 표시하거나 삭제할 수 있습니다. 받은 편지함에는 최대 100개의 메시지가 저장됩니다.

또한 관리자는 **사용자** 페이지에서 회사 내의 기타 사용자를 가입시킬 수 있습니다. 사용자를 경고에 가입시키려면 **관리자 경고 가입** 권한이 있어야 합니다.

보고서 사용 및 관리

보고서는 사용자 필요에 맞게 사용자 정의할 수 있습니다. 보고서를 검색, 정렬, 필터링 및 사용자 정의(열 추가 또는 제거)할 수 있습니다.

관련 항목

23 페이지의 『보고서 찾기』

보고서는 정보를 필터링하는 사전 정의된 방법입니다. 다른 보고서는 다른 화면에서 사용할 수 있습니다.

『보고서 내에서 편집』

보고서 내에서 필드를 편집하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

28 페이지의 『데이터 집계』

일부 보고서에서는 여러 집계 레벨로 데이터를 볼 수 있습니다.

28 페이지의 『검색』

열에서 단어, 문자 또는 숫자를 검색하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

29 페이지의 『보고서 열에서 검색』

페이지 맨 위에 있는 검색 필드 외에도 보고서 항목의 검색 및 필터링에 대해 고급 필터 기능을 사용할 수 있습니다.

31 페이지의 『항목 목록 정렬』

열 머리글 기준으로 항목 목록을 정렬하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

31 페이지의 『보고서 사용자 정의』

보고서를 사용자 정의하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

32 페이지의 『열 추가 또는 제거』

열을 추가하거나 제거하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

32 페이지의 『열 순서 변경』

열 순서를 변경하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

32 페이지의 『열 크기 조정』

열 크기를 수동으로 조정하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

33 페이지의 『열 정렬』

열을 정렬하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

33 페이지의 『열 필터링』

열을 필터링하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

34 페이지의 『보고서 변경사항 지우기』

보고서에서 변경사항을 지우려면 이 프로시저를 사용하십시오.

34 페이지의 『회사 환경 설정 지정』

보고서에 대한 기본 회사 환경 설정을 지정하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 회사에 대한 기본 보고서 환경 설정을 정의하려면 회사 범위 UI 환경 설정 관리 권한이 필요합니다.

35 페이지의 『개인화된 보고서 작성』

개인화된 보고서를 작성하고 저장하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

보고서 내에서 편집

보고서 내에서 필드를 편집하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

필드를 클릭하고 새 값을 입력하는 방법으로 보고서에서 많은 필드를 직접 편집할 수 있습니다. 이 방법으로 편집할 수 있는 필드는 열 표제의 오른쪽 상단 모서리에 작은 괄호 기호가 표시됩니다. 일단 값을 변경한 후에는 이전 값을 검색할 수 없습니다.

프로시저

1. 편집할 필드를 클릭하거나 Shift(순차 행의 경우) 및 Ctrl(비순차 행의 경우) 키를 사용하여 여러 행을 선택하십시오.
2. 필드에 새 값을 입력하십시오.
3. 저장을 클릭하십시오. 저장하기 전에 새 값은 굵은체로 표시됩니다.

데이터 집계

일부 보고서에서는 여러 집계 레벨로 데이터를 볼 수 있습니다.

보고서의 집계를 변경하려면 집계 드롭 다운 메뉴에서 레벨을 선택하십시오. 페이지가 새로 고쳐지며 선택한 레벨로 데이터가 표시됩니다.

검색

열에서 단어, 문자 또는 숫자를 검색하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

(>, <, <=, >=, =) 기호를 사용한 검색을 수행하여 검색을 제한할 수 있습니다. UPC와 같이 여러 항목을 검색할 때 심표를 사용할 수 있습니다(000419392402, 00014124214). 또한 지정된 범위 외 값을 검색하기 위해 심표를 사용할 수 있습니다(예: 볼륨 변경이 10% > 또는 10% <의 항목인 경우 >.10, < -.10). 따옴표를 사용하여 심표를 포함하는 값을 묶으십시오. 예를 들어, "John, Scenario1"과 같습니다.

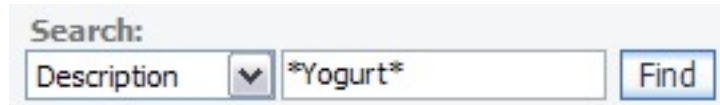
와일드카드 문자(*)를 포함하는 검색도 허용됩니다. 이 예에서는 UPC 00012345678910에 대해 다음 검색을 수행할 수 있습니다.

- *78910은 78910로 끝나는 UPC를 찾음
- 00012345*는 00012345로 시작하는 모든 UPC를 찾습니다. 이는 제조업체 또는 벤더의 모든 항목을 검색할 때 유용합니다.
- *5678*는 5678을 포함하는 모든 UPC를 찾음

프로시저

1. 검색 드롭 다운 메뉴에서 열을 선택하십시오. 선택한 열에서 검색이 수행됩니다. 보이는 열만 검색할 수 있습니다.

2. 검색하려는 단어, 문자 또는 문자열을 입력하십시오.



3. 찾기를 클릭하십시오. 검색 결과가 나타납니다. 결과 내에서 다시 검색할 수 없습니다. 한 번에 하나의 검색만 수행할 수 있습니다. 검색을 지우려면, 검색 지우기를 클릭하십시오. 항목 목록이 항목의 이전 검색으로 다시 되돌아갑니다.

보고서 열에서 검색

페이지 맨 위에 있는 검색 필드 외에도 보고서 항목의 검색 및 필터링에 대해 고급 필터 기능을 사용할 수 있습니다.

이 태스크 정보

고급 필터는 각 보고서 열 내 값의 드롭 다운 목록입니다. 이 목록은 첫 번째 열 표제에서 필터 기호를 표시하는 보고서 내 열 표제에 대한 마우스 왼쪽 클릭 컨텍스트 메뉴에서 액세스 가능합니다. 필터에 포함할 하나 이상의 값을 선택할 수 있습니다.

검색 필드에서 지원되는 대부분의 조작도 지원됩니다. 검색 필드 사용에 대한 자세한 정보는 28 페이지의 『검색』의 내용을 참조하십시오.

- (>, <, <=, >=, =) 부호는 검색을 제한합니다.
- UPC와 같이 여러 항목을 검색할 때 심표를 사용할 수 있습니다(000419392402, 00014124214). 또한 지정된 범위 외 값을 검색하기 위해 심표를 사용할 수 있습니다(예: 볼륨 변경이 10% 미만 또는 10% 초과인 항목인 경우 >.10, < -.10). 심표를 포함하는 모든 값은 큰따옴표로 묶어야 합니다. 예를 들어, "My Scenario February 12, 2007"과 같습니다.
- 와일드카드 문자(*)를 포함하는 검색은 UPC를 포함하여 텍스트 열의 값에서 허용됩니다.

고급 필터의 현재 검색 값 목록은 별도의 보기에 참조용으로 저장됩니다. 모든 또는 개별 검색 값을 지워 이 목록을 업데이트된 상태로 유지할 수 있습니다. 값이 업데이트되면 페이지가 새로 고쳐집니다.

참고: 특정 부울 열 유형을 검색하려면 고급 필터 대신 검색 필드를 사용해야 합니다. 다음에서는 고급 필터에서 검색할 수 있는 부울 열 유형을 나열합니다.

- 선택란(예, 고급 필터에 표시하지 않음)
- 잠긴 선택란(예, 고급 필터에 표시하지 않음)
- 중단됨/활성(중단됨, 고급 필터에 활성으로 표시됨)

- 예/아니오(예, 고급 필터에 표시하지 않음)
- 경고의 느낌표 기호(예, 고급 필터에 표시하지 않음)

고급 필터를 사용하여 검색하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. 보고서에서 열 표제를 마우스 왼쪽 단추로 클릭하고 **필터 적용**을 선택하십시오. 보고서의 현재 페이지에 있는 열 값을 포함하는 별도의 대화 상자가 열립니다.
2. 목록에서 하나 이상의 값을 선택하십시오. 여러 항목을 선택하려면 Shift 또는 Ctrl 키를 사용하십시오. 공백 보고서 셀을 검색하려면 목록에서 "(공백)" 값을 선택하십시오. IBM Omni-Channel Merchandising에서는 공백 문자만 있는 셀을 공백으로 간주합니다. 공백이 아닌 보고서 셀만 표시하려면 "(공백 아님)" 값을 선택하십시오.
3. **확인**을 클릭하십시오. 검색 결과가 나타납니다. 검색을 수행하지 않고 대화 상자를 닫으려면 **취소**를 클릭하십시오. 결과 내에서 다시 검색할 수 없습니다. 검색을 지우거나 보고서를 변경하거나 집계를 변경할 때까지 모든 검색이 유지됩니다.
4. 모든 현재 검색 값의 목록을 보려면 마우스를 표제 내의 초록색 필터 기호가 있는 가장 왼쪽 열로 이동하십시오. **고급 필터** 값이 표시됩니다. **보고서 편집** 페이지에 입력된 모든 **보고서 필터** 값도 표시됩니다(33 페이지의 『열 필터링』 참조). 포인터를 필터 기호에서 멀리 이동하면 보기가 닫힙니다.
5. 필터 값을 지우려면 개별 필터 앞의 'x' 단추를 클릭하십시오. 또는 **고급 필터 값** 앞의 'x' 단추를 클릭하여 모든 필터를 한 번에 지우십시오.

보고서 필터를 지울 수도 있습니다. 또한 열 표제 왼쪽 클릭 컨텍스트 메뉴에서 **필터 지우기**를 선택하여 **고급 필터** 값을 지울 수 있습니다.

관련 항목

28 페이지의 『검색』

열에서 단어, 문자 또는 숫자를 검색하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

33 페이지의 『열 필터링』

열을 필터링하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

다중 페이지 이동

다중 페이지에 걸쳐 이동하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 페이지 화살표를 클릭하십시오. 각 페이지에 나열된 항목 번호는 **사용자 환경 설정**(도구 > 사용자 환경 설정)에서 설정됩니다.

- 이중 화살표 단추를 클릭하여 세트의 마지막 또는 첫 번째 페이지로 이동하십시오.

항목 목록 정렬

열 머리글 기준으로 항목 목록을 정렬하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

- 마우스 오른쪽 단추로 정렬할 열 머리글을 클릭하십시오.
- 오름차순 정렬 또는 내림차순 정렬을 선택하십시오. 그러면 목록을 새로 고치고 설정한 순서로 항목이 나타납니다.

보고서 사용자 정의

보고서를 사용자 정의하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

각 보고서에 대해 **보고서 편집** 페이지를 통해 목록에서 열을 추가하거나 제거하고 열 순서를 변경하고 각 열에서 정렬 및 필터링할 수 있습니다. 또한 별도의 개인화된 보고서로 사용자 정의 내용을 저장할 수 있습니다. 이 보고서는 편집된 애플리케이션 페이지의 드롭 다운 목록에서 선택할 수 있습니다.

개인 보고서 환경 설정의 설정 외에도 관리자는 회사의 기본 환경 설정을 설정할 수 있습니다. 이 환경 설정은 해당 회사의 모든 사용자에게 대한 기본 보고서 설정입니다.

관련 항목

32 페이지의 『열 추가 또는 제거』

열을 추가하거나 제거하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

32 페이지의 『열 순서 변경』

열 순서를 변경하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

32 페이지의 『열 크기 조정』

열 크기를 수동으로 조정하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

33 페이지의 『열 정렬』

열을 정렬하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

33 페이지의 『열 필터링』

열을 필터링하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

34 페이지의 『보고서 변경사항 지우기』

보고서에서 변경사항을 지우려면 이 프로시저를 사용하십시오.

34 페이지의 『회사 환경 설정 지정』

보고서에 대한 기본 회사 환경 설정을 지정하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 회사에 대한 기본 보고서 환경 설정을 정의하려면 **회사 범위 UI 환경 설정 관리** 권한이 필요합니다.

35 페이지의 『개인화된 보고서 작성』

개인화된 보고서를 작성하고 저장하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

열 추가 또는 제거

열을 추가하거나 제거하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 보고서 이름 옆에 있는 **편집**을 클릭하십시오. **보고서 편집** 페이지가 나타납니다.
2. 각 열 이름 옆에서 표시 선택란을 선택하거나 선택 취소하십시오.
 - 선택란을 선택하면 그룹 목록에 열이 표시됩니다.
 - 선택을 취소하면 열이 제거됩니다.
3. **저장**을 클릭하십시오. 페이지에 변경사항이 나타납니다.

열 순서 변경

열 순서를 변경하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 보고서 이름 옆에 있는 **편집**을 클릭하십시오. **보고서 편집** 페이지가 나타납니다.
2. 변경할 각 열 이름 옆의 순서 번호를 클릭하십시오. 순서 텍스트 상자가 나타납니다.
3. 순서 텍스트 상자에 숫자를 입력하십시오. 예를 들어, **1**은 창의 왼쪽에 표시되는 첫 번째 열을 나타내고 **2**는 두 번째 열을 나타냅니다.
4. 나머지 열 순서를 자동으로 조정하려면 하나의 열을 변경한 후에 **리턴**을 누르십시오.
5. **저장**을 클릭하십시오. 페이지에 변경사항이 나타납니다.

열 크기 조정

열 크기를 수동으로 조정하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

보고서 열은 열의 오른쪽 경계를 앞뒤로 끌어서 수동으로 크기를 조정하거나 픽셀을 지정하여 특정 너비로 설정할 수 있습니다.

보고서에서 열이 원하는 너비가 될 때까지 열 표제의 오른쪽에 있는 경계를 끄십시오. 나머지 모든 열 너비는 그대로 유지됩니다. 변경은 보고서의 환경 설정에 자동으로 저장됩니다.

특정 열 너비(픽셀 단위)는 보고서의 **보고서 편집** 페이지의 **너비** 필드에서 자동으로 설정됩니다. 너비를 수동으로 조정하거나 열 너비의 값을 늘리거나 줄일 수 있습니다.

프로시저

1. 보고서 이름을 찾으십시오.
2. **편집**을 클릭하십시오. **보고서 편집** 페이지가 나타납니다.
3. 크기를 조정할 각 열에 대한 **너비** 필드를 클릭하고 7 - 500 사이의 숫자를 입력하십시오. 이 값은 열 너비(픽셀)를 나타냅니다. 임의의 열이 수동으로 크기가 조정되면 열 너비 또한 **너비** 필드에 표시됩니다.
4. **저장**을 클릭하십시오. 보고서에 변경사항이 나타납니다.

열 정렬

열을 정렬하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 보고서 이름 옆에 있는 **편집**을 클릭하십시오. **보고서 편집** 페이지가 나타납니다.
2. 보고서 열 이름의 옆에서 **정렬** 열을 클릭하십시오. **정렬** 드롭 다운 메뉴가 나타납니다.
3. **정렬** 드롭 다운 메뉴에서 **오름차순**, **내림차순** 또는 **없음**을 선택하십시오.
4. 정렬 유형을 설정할 각 열에 대해 **정렬** 텍스트 상자에 숫자를 입력하십시오. 예를 들어, **1**은 첫 번째 정렬이 사용됩니다. **2**는 두 번째 정렬이 사용됩니다. **0**은 정렬 순서를 사용하지 않음을 의미합니다.
5. **저장**을 클릭하십시오. 변경사항이 있는 페이지가 나타납니다.

열 필터링

열을 필터링하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 보고서 이름 옆에 있는 **편집**을 클릭하십시오. **보고서 편집** 페이지가 나타납니다.
2. 보고서 열 이름의 옆에서 **필터** 열을 클릭하십시오. **필터** 텍스트 상자가 나타납니다.

3. **필터** 텍스트 상자에 열을 필터링하는 기준이 되는 단어, 문자 또는 기호를 입력하십시오. 예를 들어, 열 이름에 대한 **필터** 텍스트 상자에 **A**를 입력하면 이름에 **A**가 있는 항목만 그룹 목록에 표시되도록 열이 필터링됩니다.
4. **저장**을 클릭하십시오. 변경사항이 있는 페이지가 나타납니다.
5. 보고서에서 모든 필터를 제거하려면 **필터 지우기**를 클릭하십시오.

보고서 변경사항 지우기

보고서에서 변경사항을 지우려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 보고서 이름 옆에 있는 **편집**을 클릭하십시오. **보고서 편집** 페이지가 나타납니다.
2. **재설정**을 클릭하십시오. 페이지가 저장되고 회사에 대한 모든 초기 보고서 설정을 사용하여 새로 고치기가 수행됩니다. 회사 레벨에서 설정된 환경 설정이 없으면 보고서가 초기 시스템 설정으로 재설정됩니다. 보고서에 변경사항이 표시됩니다.

회사 환경 설정 지정

보고서에 대한 기본 회사 환경 설정을 지정하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 회사에 대한 기본 보고서 환경 설정을 정의하려면 **회사 범위 UI 환경 설정 관리** 권한이 필요합니다.

이 태스크 정보

관리자는 한 번에 회사 내의 모든 사용자에게 대해 기본 보고서 환경 설정을 지정할 수 있습니다. 예를 들어, 해당 회사의 모든 사용자에게 선택된 열, 정렬된 열 및 결정된 순서의 열 등이 정의된 대로 보고서가 표시됩니다. 사용자는 **보고서 편집** 페이지의 개인 설정을 사용하여 이러한 회사 설정을 겹쳐쓸 수 있습니다. 단, 사용자가 나중에 이를 회사 기본값으로 재설정할 수 있습니다.

회사에 대한 기본 보고서 환경 설정을 정의하려면 **회사 범위 UI 환경 설정 관리** 권한이 필요합니다. 18 페이지의 『사용자 관리 권한』의 내용을 참조하십시오.

프로시저

1. 보고서 이름 옆에 있는 **편집**을 클릭하십시오. **보고서 편집** 페이지가 나타납니다.
2. **회사 환경 설정** 탭을 클릭하여 회사의 보고서 환경 설정을 정의하십시오. 그런 다음, **저장** 드롭 다운 목록에서 다음 옵션 중 하나를 선택하십시오.
 - 회사 환경 설정을 저장하고 다시 개인 환경 설정의 보고서로 이동하려면 **저장 및 종료**를 사용하십시오.

- **저장 후 회사 환경 설정 보기:** 회사 환경 설정을 저장하고 회사 환경 설정을 포함하는 보고서를 봅니다. 이는 보고서의 임시 보기로, 클릭하면 보고서는 개인 환경 설정으로 돌아갑니다.

또한 **재설정** 드롭 다운 목록에서 다음 옵션 중 하나를 선택하여 이 탭에서 회사 환경 설정을 재설정할 수 있습니다.

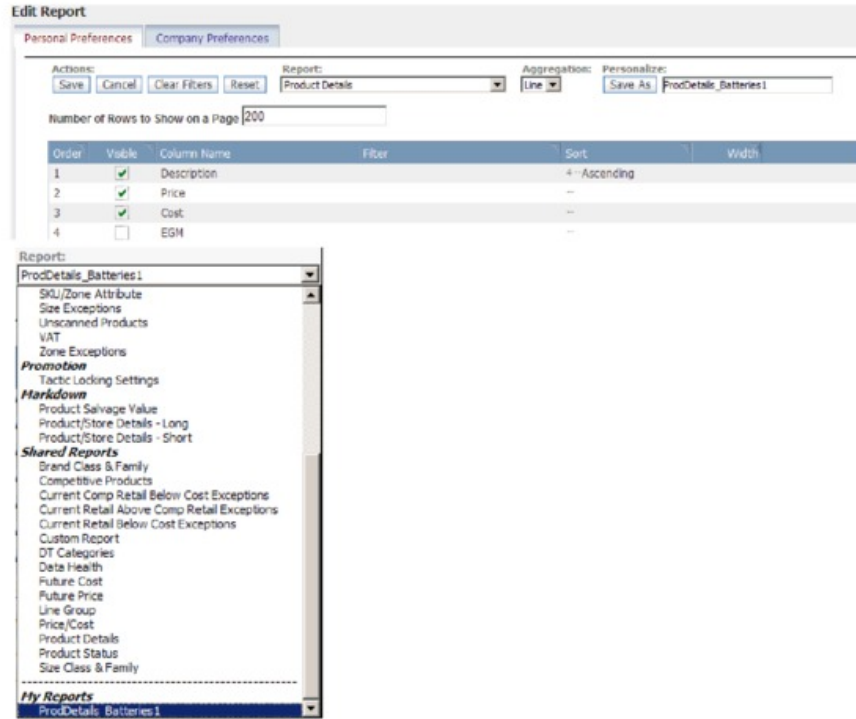
- 초기 시스템 설정을 사용하여 회사 환경 설정을 재설정하려면 **IBM Omni-Channel Merchandising 기본값으로 재설정**을 사용하십시오.
 - 개인 환경 설정을 사용하여 회사 환경 설정을 재설정하려면 **개인 환경 설정으로 재설정**을 사용하십시오.
3. 개인 보고서 환경 설정을 지정하려면 **개인 환경 설정** 탭을 클릭하십시오.
 4. 변경사항을 저장하려면 **저장**을 클릭하고 회사 환경 설정으로 보고서를 재설정하려면 **재설정**을 클릭하십시오. 회사 레벨에서 설정된 환경 설정이 없으면 보고서가 초기 시스템 설정으로 재설정됩니다.

개인화된 보고서 작성

개인화된 보고서를 작성하고 저장하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 보고서 이름 옆에 있는 **편집**을 클릭하십시오. **보고서 편집** 페이지가 나타납니다.
2. 보고서의 **개인 환경 설정** 탭에서 열 형식을 설정한 후에(예: 필터 적용, 정렬, 열 순서 설정) **개인화** 필드에 고유 이름을 입력하고 **다른 이름으로 저장**을 클릭하십시오. 애플리케이션 페이지에서 드롭 다운 목록 맨 아래에 알파벳순으로 보고서가 나타납니다. 원래 보고서 또는 새로 작성된 보고서의 여러 버전을 계속해서 작성할 수 있습니다. 작성할 수 있는 보고서 수는 무제한입니다.



참고: 보고서 편집 페이지의 열에서 편집한 내용만 사용자 정의 보고서에서 지속됩니다. 보고서에서 고급 필터에 추가된 항목은 복사되지 않습니다.

데이터 유지보수 보고서

IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션의 데이터를 보고서에서 보거나 업데이트할 수 있습니다.

모든 데이터 유지보수 보고서는 부서 또는 체인 레벨에서 사용 가능하며 다양한 집계 레벨에서 사용 가능합니다. 보고서는 사용자가 작성하고 가져오는 Excel 스프레드시트 또는 OpenLink에서 채워집니다.

관련 개념:

가격 관리 및 최적화 보고서

정보 보고서는 그룹 설정을 허용하며 카테고리 세부사항에 대한 개요를 제공합니다. 사용자의 데이터를 가져온 후에 OpenLink 또는 Excel 파일에서 가격 관리 및 최적화 규칙을 지원하는 보고서 내의 데이터를 구성해야 합니다.

판촉 계획 및 실행 보고서

데이터 유지보수 페이지에는 판촉 실행에 도움을 주는 있는 보고서가 포함됩니다. 보고서를 사용하면 제품 세부사항, 향후 비용/가격, 이벤트 잠금 기본값과 같은 다양한 데이터를 관리할 수 있습니다. 또한 벤더 비용 변경 및 경쟁 가격을 반영하도록 데이터를 개정하거나 업데이트할 수 있습니다.

Markdown Optimization 보고서

다음은 Markdown Optimization을 지원하기 위해 채워야 하는 데이터 유지보수 보고서입니다.

보고서 보기

데이터 유지보수 보고서를 보려면 **데이터 > 데이터 유지보수**를 선택하십시오.

제품 분석기 유틸리티

제품 분석기는 제품 그룹 정보, 동일한 라인 가격 그룹의 기타 항목, 해당 제품의 가격 및 비용, 경쟁 데이터, 해당 제품과 관련된 기타 속성과 같은 선택된 제품에 대한 세부사항을 표시합니다.

보고서

이 절에서는 데이터 유지보수 보고서에 대해 자세히 설명합니다.

컨텍스트 메뉴 사용

컨텍스트 메뉴에 액세스하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 컨텍스트 메뉴를 사용하면 사용자가 작업 중인 작업공간과 연관된 명령에 신속하게 액세스할 수 있습니다.

프로시저

1. 창을 마우스 오른쪽 단추로 클릭하십시오. 선택한 창의 컨텍스트 메뉴가 나타납니다. 마우스 오른쪽 단추로 보고서 항목을 클릭하면 해당 항목에 대한 (편집 또는 삭제 명령 등이 있는) 컨텍스트 메뉴가 표시됩니다.
2. 컨텍스트 메뉴에서 명령을 마우스 왼쪽 단추로 클릭하십시오.

사용자 환경 설정 편집

사용자 환경 설정을 편집하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

사용자 환경 설정 편집은 항목 목록에 표시되는 행의 수 및 기본 표시 카테고리 등과 같이 페이지에 대한 기본 설정을 지정하는 작업과 연관됩니다.

사용자 환경 설정은 모든 IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션에서 공유됩니다. 한 애플리케이션에서 사용자 환경 설정을 변경하면 사용자가 또 다른 애플리케이션에 로그인할 때 해당 변경사항이 적용됩니다.

프로시저

1. 도구 아이콘을 클릭하고 드롭 다운 메뉴에서 **사용자 환경 설정**을 선택하십시오. **사용자 환경 설정** 대화 상자가 표시됩니다.

2. 각 항목 목록에 표시할 행의 수를 입력하십시오. 예를 들어, **제품 그룹** 페이지의 제품 그룹 수 등입니다. 행이 많을수록 페이지 로드 시간이 늘어날 수 있습니다.
3. 페이지에 표시할 기본 **광고 구역**을 선택하십시오.
4. 페이지에 표시할 기본 **부서**(예: 체인)를 선택하십시오.
5. 페이지에 표시할 기본 **카테고리**를 선택하십시오.
6. 회사에서 항상 기본값을 사용하거나 마지막 세션의 날짜를 사용하도록 페이지 및 보고서에서 **날짜 범위**를 설정할 수 있습니다.
7. IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션 탭이 홈 페이지의 맨 위에 표시되도록 선택할 수 있습니다. 또한 **순서 열**을 클릭하고 새 값을 입력하여 표시되는 순서를 변경할 수 있습니다.
8. 원래 설정으로 복원하려면 **재설정** 단추를 클릭하십시오.



9. **확인**을 클릭하십시오. 대화 상자가 닫히고 사용자가 지정한 환경 설정이 IBM Omni-Channel Merchandising의 모든 페이지에 적용됩니다.

제 3 장 데이터 가져오기 및 내보내기

데이터를 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 가져오고 Excel 파일로 내보내서 검토하거나 편집할 수 있습니다. 또한 모든 가져오기 및 내보내기의 상태를 추적할 수 있습니다.

관련 항목

『데이터 가져오기』

데이터를 가져오려면 이 프로시저를 사용하십시오. 데이터는 다음 세 가지 방법 중 하나로 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 가져옵니다.

42 페이지의 『데이터 파일 형식』

85 페이지의 『가져오기 상태 검사』

데이터 가져오기를 볼 수만 있습니다. 모든 가져오기 보기 사용자 권한이 있으면 관리자가 모든 사용자의 가져오기를 볼 수 있습니다. 파일 가져오기 상태를 검사하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

87 페이지의 『데이터 내보내기』

데이터를 애플리케이션에서 내보내려면 애플리케이션에 데이터 내보내기 사용자 권한이 있어야 합니다. 데이터를 내보내려면 이 프로시저를 사용하십시오.

88 페이지의 『내보내기 상태 검사』

데이터 내보내기를 시작한 후에 데이터 내보내기 상태를 확인하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 데이터 내보내기를 볼 수만 있습니다. 모든 내보내기 보기 사용자 권한이 있으면 관리자가 모든 사용자의 내보내기를 볼 수 있습니다.

89 페이지의 『내보내기 삭제』

내보내기를 삭제하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

데이터 가져오기

데이터를 가져오려면 이 프로시저를 사용하십시오. 데이터는 다음 세 가지 방법 중 하나로 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 가져옵니다.

프로시저

1. IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink 애플리케이션을 통해 수신됩니다. 이 방법은 새 데이터를 가져오기 위한 가장 일반적인 방법입니다. 고객은 판매, 위치, 제품, 경쟁사 가격 및 제품 비용 변경 등에 대한 데이터(.txt 텍스트 파일)를 매주 (FTP를 통해) IBM Omni-Channel Merchandising에 전송합니다. 이 데이터는 데이터 명확성을 보장하기 위해 자동화된 유효성 검사를 사용하는 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink에서 수신됩니다.

니다. 이러한 파일에서는 수동 또는 사용자 개입이 거의 필요하지 않습니다. 가져온 파일은 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink에서 가져오기 대시보드 보고서에서 모니터링됩니다.

대규모 데이터 세트는 자동화된 데이터 정확성 스크리닝을 활용할 수 있도록 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink를 통해 전송되어야 합니다. IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink는 부정확하거나 손상된 데이터가 애플리케이션에 입력되는 것을 방지하는 도구입니다. 데이터는 표준 형식으로 입력되고 유효성이 검사됩니다. 유효성 검사에서는 오류를 확인하고 이 오류에 플래그를 지정합니다. 오류가 수정되면 유효성 검사를 다시 실행합니다. 이 프로세스의 최종 출력은 간결하고 정확한 데이터입니다.

참고: 새 벤더 비용 또는 경쟁 가격이 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink를 통해 들어오고 임계값을 초과하면 가격 책정 애플리케이션의 새 데이터 승인 페이지로 전송되어 수동으로 승인되어야 합니다.

2. Excel 스프레드시트 또는 DB IV 형식(Microsoft Access 등)을 사용하여 직접 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 가져옵니다. 일반적으로 소량의 새 데이터를 가져오거나 편집 목적으로 데이터를 가져온 후에 이를 수행하십시오. Excel 스프레드시트에서 데이터를 직접 가져오면 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink의 자동화된 데이터 유효성 검사가 약화됩니다. 자세한 정보는 41 페이지의 『Excel 스프레드시트 사용』의 내용을 참조하십시오.

참고: IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink 외의 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스를 사용하여 데이터를 가져오는 경우, 유일한 유효성 검사는 데이터 파일이 표준 형식을 준수하는지 확인하는 것입니다. 결과적으로 유효하지 않거나 잘못된 데이터를 가져올 수 있습니다. IBM Omni-Channel Merchandising 서비스를 통해 가져오기 전에 데이터를 철저히 검사하십시오. 일반적으로 애플리케이션에서 데이터를 내보내고 데이터를 편집한 후 다시 가져옵니다.

3. 데이터 유지보수 보고서의 편집 가능 필드를 사용하여 IBM Omni-Channel Merchandising 데이터 유지보수 페이지로 직접 가져옵니다. 예를 들어, 즉시 구현이 필요한 새 경쟁 데이터 또는 새 벤더 비용을 수신하는 경우 데이터 유지보수 페이지의 가격/비용 또는 경쟁 제품 보고서로 직접 새 데이터를 입력할 수 있습니다. 자세한 정보는 36 페이지의 『데이터 유지보수 보고서』의 내용을 참조하십시오.

관련 항목

41 페이지의 『Excel 스프레드시트 사용』

Excel 스프레드시트를 사용하면 레코드를 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 빠르고 쉽게 직접 가져올 수 있습니다.

Excel 스프레드시트 사용

Excel 스프레드시트를 사용하면 레코드를 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 빠르고 쉽게 직접 가져올 수 있습니다.

Excel 스프레드시트에 수동으로 레코드를 입력한 후에 스프레드시트를 가져옵니다. 데이터 유지보수 보고서 및 기타 보고서(제품 그룹 또는 상점 그룹)에서 데이터를 볼 수 있습니다.

데이터를 삽입하거나(데이터베이스에 새 데이터 추가) 업데이트할 수 있습니다(데이터베이스에서 데이터 변경).

모든 데이터 가져오기에 액세스하지 못할 수도 있습니다. 특정 데이터 세트만 가져올 수 있거나 아예 가져오지 못할 수도 있습니다. Excel 파일에서 애플리케이션으로 데이터를 가져오려면 애플리케이션으로 데이터 가져오기 사용자 권한이 있어야 합니다.

관련 항목

『스프레드시트 예 작성』

Excel 스프레드시트의 예입니다.

스프레드시트 예 작성

Excel 스프레드시트의 예입니다.

Excel 스프레드시트에서 42 페이지의 『데이터 파일 형식』의 테이블에서 설명한 대로, 열 이름 및 데이터를 입력합니다. 대부분의 경우 상점 그룹과 같이 각 데이터 유형에 대해 별도의 스프레드시트를 작성합니다. 완료된 후에 39 페이지의 『데이터 가져오기』에서 설명한 대로 이를 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 가져와서 보고서를 채웁니다.

다음 예제에서는 다중 기준 소매 가격 데이터 유형에 대한 스프레드시트 데이터 열을 보여줍니다. 이 경우 .48 및 .52 사이의 가격은 1달러에 대해 자동으로 2를 권장합니다. IBM Omni-Channel Merchandising에서는 자동으로 판매 단위당 기준 소매 가격을 .50으로 계산합니다.

ProductCategory	MinUnitPrice	MaxUnitPrice	Multiple	PricePoint
Coffee 1	0.48	0.52	2	1

관련 항목

42 페이지의 『데이터 파일 형식』

39 페이지의 『데이터 가져오기』

데이터를 가져오려면 이 프로시저를 사용하십시오. 데이터는 다음 세 가지 방법 중 하나로 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 가져옵니다.

추가 스프레드시트 팁

스프레드시트 작성에 대한 몇 가지 추가 팁이 있습니다.

- 스프레드시트에 사용되는 카테고리 이름은 대소문자를 포함하여 가격 책정 애플리케이션의 카테고리 이름과 일치해야 합니다. 가져오기 전에 IBM Omni-Channel Merchandising에서 카테고리 이름을 확인하십시오(편집 > 데이터 유지보수에서 **IBM Omni-Channel Merchandising** 카테고리 보고서를 선택하십시오).
- 데이터 파일의 맨 위 행에 필드 이름을 입력하십시오. 가져오는 중에 데이터의 맨 위 행은 무시됩니다.
- 데이터 파일에 모든 열이 있어야 합니다. 열을 가져오지 않으면 비어 두십시오. 그러나 파일에는 포함합니다.
- 열을 공백으로 두면 레코드를 삭제할 수 있습니다.
- 사용자 정의 형식화된 데이터 셀은 가져오지 않습니다.
- 많은 필드 이름 뒤에는 소괄호로 묶은 다른 이름이 나옵니다(예: 상점 이름 (CustomerLocationKey)). 소괄호가 없는 이름은 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스에 표시되는 필드의 이름입니다. 소괄호 내 이름은 데이터베이스에 나타나는 실제 필드 이름입니다. 이름 뒤에 소괄호가 없으면 데이터베이스 및 서비스에 사용되는 이름입니다.

데이터 파일 형식

각 데이터 유형에는 파일이 포함해야 하는 특정 필드 세트가 있습니다. 또한 열 순서는 특정 순서를 따라야 합니다.

가져올 수 있는 각 데이터 유형은 아래 표에서 필수 필드, 열 순서, 고유 키, 수행할 수 있는 가져오기 유형(데이터 업데이트, 새 데이터 삽입 또는 둘 다)과 함께 나열됩니다. 예를 들어, 일부 데이터 유형의 경우 새 데이터 삽입만 가능합니다. 현재 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스에 있는 레코드는 해당 데이터 유형에 대해 업데이트되지 않습니다. 데이터 유형이 필요한 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스도 포함됩니다.

일부 필드에서는 Excel에 텍스트 형식으로 값을 저장하려면 값 앞에 작은따옴표 (')를 사용해야 합니다. Excel에서는 UPC 코드 "000012345678"과 같은 코드를 입력하기 위해 선행 0을 제거하여 데이터를 정리하려고 시도합니다. 결과 값은 "12345678"이 됩니다. 이 경우, UPC 코드에 각 문자가 필요하므로 IBM Omni-Channel Merchandising 시스템에서 실패할 것입니다. 값 앞에 작은따옴표 (')가 필요한 필드에 대해서는 표에서 표시합니다.

데이터 유형	사용 가능한 동작	IBM Omni-Channel Merchandising 서비스
49 페이지의 『광고 실행 기본 값 - 제품 그룹』	기존 제품 그룹에서 기본 헤드라인 사본, 본문 사본, 이미지 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Promotion Planning & Execution
50 페이지의 『광고 실행 기본 값 - 판촉 제품 그룹』	기존 판촉 제품 그룹에서 기본 헤드라인 사본, 본문 사본, 이미지 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Promotion Planning & Execution
51 페이지의 『앵커 클래스』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
52 페이지의 『앵커 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
52 페이지의 『구역별 앵커 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
53 페이지의 『기본 비용1』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
53 페이지의 『구역별 기본 비용1』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
53 페이지의 『기본 비용2』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
53 페이지의 『구역별 기본 비용2』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
54 페이지의 『기본 비용3』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
54 페이지의 『구역별 기본 비용3』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization
54 페이지의 『기본 비용』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization Markdown Optimization Promotion Planning & Execution Customer Trade Planning
55 페이지의 『구역별 기본 비용』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> Price Management Price Optimization Promotion Planning & Execution Customer Trade Planning

데이터 유형	사용 가능한 동작	IBM Omni-Channel Merchandising 서비스
55 페이지의 『기본 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
55 페이지의 『구역별 기본 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
56 페이지의 『브랜드 클래스 및 제품군』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
56 페이지의 『브랜드 규칙 대체』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
57 페이지의 『카테고리 그룹』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
57 페이지의 『카테고리-구역 경쟁사』	신규 레코드 삽입 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
57 페이지의 『경쟁 가격』	신규 레코드 삽입 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
58 페이지의 『구역별 경쟁 가격』	신규 레코드 삽입 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
59 페이지의 『구역별 경쟁 가격 - 라인』	신규 레코드 삽입 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
60 페이지의 『비용 구성 - 라인/구역』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization

데이터 유형	사용 가능한 동작	IBM Omni-Channel Merchandising 서비스
60 페이지의 『비용 구성 - SKU/체인』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
60 페이지의 『비용 구성 - SKU/부서』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
60 페이지의 『비용 제품군』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
61 페이지의 『비용 차익』 (CP 고객의 경우)	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Customer Trade Planning
61 페이지의 『현재 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization
62 페이지의 『구역별 현재 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization
62 페이지의 『사용자 정의 관계』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
63 페이지의 『상점별 빠른 가격 결정 대체 - SKU』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
63 페이지의 『구역별 빠른 가격 결정 대체 - 라인』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
64 페이지의 『구역별 빠른 가격 결정 대체 - SKU』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
64 페이지의 『마지막 자릿수』	신규 레코드 삽입 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
65 페이지의 『라인 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
65 페이지의 『라인 대 라인 관계』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
65 페이지의 『구역별 라인 대 라인 관계』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization

데이터 유형	사용 가능한 동작	IBM Omni-Channel Merchandising 서비스
66 페이지의 『위치 그룹 클래스 할당』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
66 페이지의 『위치 그룹 클래스 상점 맵핑』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
66 페이지의 『잠금 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
67 페이지의 『부서별 잠금 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
67 페이지의 『구역별 잠금 가격』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
68 페이지의 『마크다운 데이터』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Markdown Optimization
69 페이지의 『다중 기준 소매 가격』	신규 레코드 삽입	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
69 페이지의 『기타 클래스 및 제품군1』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
69 페이지의 『기타 클래스 및 제품군2』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
70 페이지의 『사전 가격 결정 플래그』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
70 페이지의 『가격 대체』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
71 페이지의 『가격 대체 - 라인』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
72 페이지의 『구역별 가격 대체』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
73 페이지의 『구역별 가격 대체 - 라인』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization

데이터 유형	사용 가능한 동작	IBM Omni-Channel Merchandising 서비스
74 페이지의 『제품 그룹』	신규 레코드 삽입	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
74 페이지의 『제품 링크』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
75 페이지의 『제품 상태』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
75 페이지의 『구역별 제품 상태』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
76 페이지의 『제품 대 제품 관계』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
76 페이지의 『구역별 제품 대 제품 관계』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
77 페이지의 『판촉 제품 그룹 - LU』	<p>새 판촉 제품 그룹 작성</p> <p>기존 제품 그룹에 새 물류 단위 추가</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion Planning & Execution
78 페이지의 『판촉 제품 그룹 - SU』	<p>새 판촉 제품 그룹 작성</p> <p>기존 판촉 제품 그룹에 제품 추가</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion Planning & Execution
78 페이지의 『크기 클래스 및 제품군』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization

데이터 유형	사용 가능한 동작	IBM Omni-Channel Merchandising 서비스
79 페이지의 『SKU 속성』	기존 레코드 업데이트 널값으로 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
79 페이지의 『SKU/구역 속성』	최대 6개 속성으로 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
80 페이지의 『상점 속성』	기존 레코드 업데이트 널값으로 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
80 페이지의 『상점 그룹』	신규 레코드 삽입	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization • Promotion Planning & Execution • Customer Trade Planning
81 페이지의 『상점 가격 구역』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization
81 페이지의 『계층 클래스 및 제품군』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
82 페이지의 『상점별 이전가격 (내부거래 가격)』	기존 UPC의 이전가격(내부거래 가격) 추가 또는 수정	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
82 페이지의 『구역별 이전가격 (내부거래 가격)』	기존 UPC의 이전가격(내부거래 가격) 추가 또는 수정	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
83 페이지의 『구역 예외』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
83 페이지의 『구역 그룹 할당』	신규 레코드 삽입 기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization
83 페이지의 『구역 대체』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization
84 페이지의 『구역-위치 맵핑』	기존 레코드 업데이트	<ul style="list-style-type: none"> • Price Management • Price Optimization • Markdown Optimization

ABC 제품 직접 비용

ABC 제품 직접 비용 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
고객 위치 키	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
배포 센터 키	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 배포 센터 번호 또는 ID
평균 주간 케이스	배포 센터에서 처리되는 매주 평균 케이스 수
쇼핑백 비용	배포 센터 지역에서 제품에 대한 총 쇼핑백 비용
패키지당 체크아웃 비용	체크아웃을 완료하기 위한 패키지당 비용
패키지당 DC 재고 비용	배포 센터에서 패키지당 재고 비용
패키지당 DC 노동 비용	수신 방법이 지정된 경우 배포 센터에서 패키지당 노동 비용
평균 주간 케이스 합계	배포 센터에서 처리되는 매주 평균 케이스 수의 합계
개수 위치	배포 센터 수
재고 일 수 평균	평균 재고 일 수
케이스 큐브의 평균	평균 케이스 큐브 수
DC 공간	케이스 큐브 수 및 재고 일 수 계산
DC 큐브	배포 센터에서 지정된 큐브가 차지하는 평균 공간 크기
상점당 DC 공간 비용	제품 저장 유형에 따라 상점을 지원하는 공간 비용 계산
HQ 송장 처리	제품 케이스 팩으로 나눈 송장 처리 비용
평균 전달 빈도	평균 위치 전달 빈도
평균 케이스 큐브	평균 제품 케이스 큐브
위치 큐브	제품 케이스 큐브, 매주 평균 케이스, 위치 전달 빈도의 계산

광고 실행 기본값 - 제품 그룹

광고 실행 기본값 - 제품 그룹 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 그룹 이름	필수. 지정된 제품 그룹이 없으면 행은 가져오지 않습니다. 제품 그룹 이름

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 그룹 코드	최대 20자 제품 그룹 코드
카테고리 ID	제품 카테고리의 ID 번호
헤드라인 복사	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 제품 그룹의 기본 헤드라인 사본
본문 복사	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 제품 그룹의 기본 본문 사본
이미지 1	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 제품 그룹의 기본 이미지
이미지 2	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 제품 그룹의 기본 이미지
이미지 3	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 제품 그룹의 기본 이미지

광고 실행 기본값 - 판촉 제품 그룹

광고 실행 기본값 - 제품 그룹 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 그룹 이름	필수. 지정된 판촉 제품 그룹이 없으면 행은 가져오지 않습니다. 판촉 제품 그룹 이름
제품 그룹 코드	최대 20자 제품 그룹 코드
헤드라인 복사	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 판촉 제품 그룹의 기본 헤드라인 사본

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
본문 복사	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 판촉 제품 그룹의 기본 헤드라인 사본
이미지 1	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 제품 그룹의 기본 이미지
이미지 2	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 제품 그룹의 기본 이미지
이미지 3	필수, 왼쪽이 공백이면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 기존의 기본값을 모두 삭제합니다. 제품 그룹의 기본 이미지

앵커 클래스

가져온 브랜드 제품군 및 브랜드 클래스 세트는 앵커 클래스 보고서를 채웁니다. 동일한 브랜드 제품군 아래에서 하나의 브랜드 클래스만이 앵커 클래스가 될 수 있습니다. 둘 이상의 브랜드 클래스가 파일 가져오기에서 앵커로 설정되면 마지막으로 정의된 앵커 클래스가 이전에 정의된 앵커 클래스를 대체합니다. 앵커 클래스 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 카테고리(ProductCategory)	필수 경쟁사 데이터가 적용되는 제품 카테고리
브랜드 제품군(BrandFamily)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 브랜드 제품군 이름
브랜드 클래스(BrandClass)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 브랜드 클래스 이름
앵커(IsAnchor)	1은 브랜드 클래스가 앵커로 지정되었음을 의미하며 0은 브랜드 클래스가 앵커로 지정되지 않았음을 의미합니다.

앵커 가격

가져온 앵커 가격 세트가 **앵커 가격** 보고서를 채웁니다. 카테고리 내의 모든 제품 및 상점에 대한 모든 기존 앵커 가격이 대체됩니다. 앵커 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
앵커 가격	앵커 가격은 가격 드리프트 규칙을 작성할 수 있는 카테고리에 대한 가격 세트입니다. 이 규칙은 가격을 앵커 가격으로부터의 특정 범위 내로 제한합니다.

구역별 앵커 가격

가져온 앵커 가격 세트가 **앵커 가격** 보고서를 채웁니다. 카테고리 내의 모든 제품 및 상점에 대한 모든 기존 앵커 가격이 대체됩니다. 구역별 앵커 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
앵커 가격	앵커 가격은 가격 드리프트 규칙을 작성할 수 있는 카테고리에 대한 가격 세트입니다. 이 규칙은 가격을 앵커 가격으로부터의 특정 범위 내로 제한합니다.

기본 비용1

기본 비용1 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
기본 비용1	제품의 단위 비용(사용자 정의)

구역별 기본 비용1

구역별 기본 비용1 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
기본 비용1	제품의 단위 비용(사용자 정의)

기본 비용2

기본 비용2 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
기본 비용2	제품의 단위 비용(사용자 정의)

구역별 기본 비용2

구역별 기본 비용2 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
기본 비용2	제품의 단위 비용(사용자 정의)

기본 비용3

기본 비용3 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
기본 비용3	제품의 단위 비용(사용자 정의)

구역별 기본 비용3

구역별 기본 비용3 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
기본 비용2	제품의 단위 비용(사용자 정의)

기본 비용

기본 비용 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
평균 단위 비용(UnitCost)	제품의 단위 비용

구역별 기본 비용

구역별 기본 비용 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
평균 단위 비용(UnitCost)	제품의 단위 비용

기본 가격

기본 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
다중 항목	필수 다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
다중 가격	필수 다중 가격, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 1을 입력합니다.

구역별 기본 가격

구역별 기본 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
다중 항목	필수 다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
다중 가격	필수 다중 가격, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 1을 입력합니다.

브랜드 클래스 및 제품군

브랜드 클래스 및 제품군 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
브랜드 클래스(BrandClass)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 브랜드 클래스 이름
브랜드 제품군(BrandFamily)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 브랜드 제품군 이름

브랜드 규칙 대체

브랜드 규칙 대체 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

이 가져오기를 사용하여 특정 제품 쌍에 대한 브랜드 규칙을 대체합니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
이름	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 이러한 두 제품에서 대체하는 브랜드 규칙 이름
설명	규칙에 대한 설명
제품 카테고리(ProductCategory)	제품이 속하는 특정 제품 카테고리. "모든 카테고리"를 지정하려면, 널을 사용하십시오.
상위 브랜드 규칙(ParentBrandRule)	상위 브랜드 규칙(가격 규칙 페이지에 있음)의 이름
왼쪽 UPC(LeftUPC)	필수 20자리 UPC 코드
오른쪽 UPC(RightUPC)	필수 20자리 UPC 코드
브랜드 규칙 % 하한(MinValue)	필수 가격 범위의 하한 금액
브랜드 규칙 % 상한(MaxValue)	가격 범위의 상한 금액

카테고리 그룹

카테고리 그룹 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
카테고리 그룹	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 카테고리 그룹 이름
제품 카테고리(ProductCategory)	카테고리 그룹의 제품 카테고리

카테고리-구역 경쟁사

카테고리-구역 경쟁사 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

가져오기 전에 먼저 **경쟁사** 페이지에서 경쟁사 이름을 입력해야 합니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
부서	필수 부서 이름
제품 카테고리(ProductCategory)	필수 경쟁사 데이터가 적용되는 제품 카테고리
구역 그룹	구역 그룹 이름
구역	필수 구역 이름
1차 경쟁사(1차 경쟁사)	필수, 고유 키 1차 경쟁사 이름 또는 ID
2차 경쟁사(2차 경쟁사)	필수, 고유 키 2차 경쟁사 이름 또는 ID
3차 경쟁사(3차 경쟁사)	필수, 고유 키 3차 경쟁사 이름 또는 ID

경쟁 가격

가져오기 전에 **경쟁사** 페이지에서 경쟁사 이름을 입력해야 합니다. 또한 이 데이터 세트는 준수 가격에 사용됩니다. 경쟁 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

Excel 파일에서 가격이 비어 있고 지정된 UPC/상점/경쟁사에 대한 레코드가 존재하는 경우, 가져오기를 수행할 때 IBM Omni-Channel Merchandising이 애플리케이션에서 경쟁 정보를 삭제됩니다. 레코드가 삭제됨을 알리는 경고 메시지가 표시됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 고객 상점 번호 또는 ID <ul style="list-style-type: none"> • 다중(SuggestedMultiple)- 다중 금액. 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다. • 다중 가격 • (PriceType)- SHELF 또는 0. 유형 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오. • StartDate - 가져오는 경쟁 가격의 유효한 시작 날짜
경쟁사(CompetitorKey)	필수, 고유 키 경쟁사 이름 또는 ID
다중(SuggestedMultiple)	다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
다중 가격	다중 가격, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 1을 입력합니다.
(PriceType)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, SHELF 또는 0 입력
시작 날짜	가져오는 경쟁 가격의 유효한 시작 날짜

구역별 경쟁 가격

가져오기 전에 경쟁사 페이지에서 경쟁사 이름을 입력해야 합니다. 구역별 경쟁 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

Excel 파일에서 가격이 비어 있고 지정된 UPC/Division/Zone/Competitor에 대한 레코드가 존재하는 경우, 가져오기를 수행할 때 경쟁 정보가 애플리케이션에서 삭제됩니다. 레코드가 삭제됨을 알리는 경고 메시지가 표시됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
경쟁사(CompetitorKey)	필수, 고유 키 경쟁사 이름 또는 ID
다중(SuggestedMultiple)	다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
다중 가격	다중 가격, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 1을 입력합니다.
시작 날짜	가져오는 경쟁 가격의 유효한 시작 날짜

구역별 경쟁 가격 - 라인

가져오기 전에 경쟁사 페이지에서 경쟁사 이름을 입력해야 합니다. 구역별 경쟁 가격 - 라인 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

Excel 파일에서 가격이 비어 있고 지정된 UPC/라인/부서/구역/경쟁사에 대한 레코드가 존재하는 경우, 가져오기를 수행할 때 경쟁 정보가 애플리케이션에서 삭제됩니다. 레코드가 삭제됨을 알리는 경고 메시지가 표시됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 카테고리(ProductCategory)	필수 경쟁사 데이터가 적용되는 제품 카테고리
라인(LineGroup)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 라인 그룹 이름
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
경쟁사(CompetitorKey)	필수, 고유 키 경쟁사 이름 또는 ID
다중(SuggestedMultiple)	다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
다중 가격	다중 가격, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 1을 입력합니다.
시작 날짜	가져오는 경쟁 가격의 유효한 시작 날짜

비용 구성 - 라인/구역

비용 구성 - 라인/구역 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 카테고리(ProductCategory)	필수 비용 유형이 적용되는 제품 카테고리
부서	필수 부서 이름
라인(LineGroup)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 라인 그룹 이름
구역	필수 구역 이름
비용 소스	SKU/체인 레벨에서 제품에 사용된 비용 소스

비용 구성 - SKU/체인

비용 구성 - SKU/체인 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
비용 소스	SKU/체인 레벨에서 제품에 사용된 비용 소스

비용 구성 - SKU/부서

비용 구성 - SKU/부서 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
비용 소스	SKU/부서 레벨에서 제품에 사용된 비용 소스

비용 제품군

비용 제품군 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
비용 제품군(CostFamily)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 비용 제품군 이름

비용 차익

이 표는 CP 고객 전용입니다. 비용 차익 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 카테고리(ProductCategory)	필수 제품 카테고리 이름
부서	필수 부서 이름
제조업체	필수 제조업체 이름 또는 와일드카드 문자 별표(*)
브랜드	필수 브랜드 이름 또는 와일드카드 문자 별표(*)
비용 차익	필수 비용 차익 백분율 값(예: 5.0%)
비용 차익 사용	필수 입력된 비용 차익을 사용하지 않으려면 0을 입력하십시오. 나중에 비용 차익을 사용하려면 1을 입력하십시오.

현재 가격

비용 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
다중 항목	다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
현재 가격(CurrentPrice)	개별 제품 가격 또는 다중 가격 다중 가격을 입력하면 다중 열에 입력한 제품 수에 대한 총 가격을 입력합니다. 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 1을 입력합니다.

구역별 현재 가격

구역별 현재 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
다중 항목	다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
현재 가격(CurrentPrice)	개별 제품 가격 또는 다중 가격 다중 가격을 입력하면 다중 열에 입력한 제품 수에 대한 총 가격을 입력합니다. 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 1을 입력합니다.

사용자 정의 관계

이 가져오기는 회사에 특정한 제품 관계를 작성합니다. 그런 다음 사용자가 이러한 관계를 사용하여 가격 책정 동작에 사용할 사용자 정의 관계 규칙을 작성할 수 있습니다. 사용자 정의 관계 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
관계 유형	필수 관계 유형을 설정할 사용자 정의 필드
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
사용자 정의 제품군	사용자가 정의한 사용자 정의 제품군 이름
사용자 정의 클래스	사용자가 정의한 사용자 정의 클래스 이름

상점별 빠른 가격 결정 대체 - SKU

상점별 빠른 가격 결정 대체 - SKU 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
(빠른 가격 결정 실행 ID)	필수, 고유 키 빠른 가격 결정 ID: 이 ID는 각 실행에 대한 빠른 가격 결정 페이지에 있으며 사용자가 처음 내보내면 자동으로 표시됩니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
다중 항목 대체	대체 가격과 연관된 다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
대체 가격	필수 빠른 가격으로 사용되는 대체 가격
가격 유효 날짜	가져오는 대체 가격의 유효한 시작 날짜

구역별 빠른 가격 결정 대체 - 라인

구역별 빠른 가격 결정 대체 - 라인 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
(빠른 가격 결정 실행 ID)	필수, 고유 키 빠른 가격 결정 ID: 이 ID는 각 실행에 대한 빠른 가격 결정 페이지에 있으며 사용자가 처음 내보내면 자동으로 표시됩니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
제품 카테고리(ProductCategory)	필수 제품 카테고리 이름
라인(LineGroup)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 라인 그룹 이름
구역	필수 구역 이름
다중 항목 대체	대체 가격과 연관된 다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
대체 가격	필수 빠른 가격으로 사용되는 대체 가격
가격 유효 날짜	가져오는 대체 가격의 유효한 시작 날짜

구역별 빠른 가격 결정 대체 - SKU

구역별 빠른 가격 결정 대체 - SKU 라인 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
(빠른 가격 결정 실행 ID)	필수, 고유 키 빠른 가격 결정 ID: 이 ID는 각 실행에 대한 빠른 가격 결정 페이지에 있으며 사용자가 처음 내보내면 자동으로 표시됩니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
구역	필수 구역 이름
다중 항목 대체	대체 가격과 연관된 다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
대체 가격	필수 빠른 가격으로 사용되는 대체 가격
가격 유효 날짜	가져오는 대체 가격의 유효한 시작 날짜

마지막 자릿수

마지막 자릿수 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

이 가져오기를 사용하여 가격의 특정 마지막 숫자를 설정합니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
이름	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용
설명	규칙에 대한 설명
제품 카테고리(ProductCategory)	제품이 속하는 특정 제품 카테고리. "모든 카테고리"를 지정하려면, 널을 사용하십시오.
다중 항목	필수 다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
마지막 숫자(LastDigitsString)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 가격의 끝 자리에 허용되는 마지막 숫자(예: 95, 45)

라인 가격

라인 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
라인(LineGroup)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 라인 그룹 이름

라인 대 라인 관계

라인 대 라인 관계 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

이 경우 제품 또는 라인 관계 규칙에 사용되는 라인 그룹 대 라인 그룹 관계 데이터를 가져옵니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 카테고리(ProductCategory)	필수 제품 또는 라인 관계 규칙이 적용되는 제품 카테고리
라인(1)	라인 그룹 이름
라인(2)	라인 그룹 이름
관계 유형	승수 또는 상대적 값을 입력합니다. <ul style="list-style-type: none"> 승수: 라인(1)의 최적화된 가격에 값을 곱합니다. 상대적 값: 라인(2)의 최적화된 가격에 값을 더합니다. <p>파일 가져오기에서 관계 유형 필드가 비어 있으면 IBM Omni-Channel Merchandising에 관계가 표시되지 않습니다. 관계가 이미 있으면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 해당 관계를 삭제합니다.</p>
관계 값	다음 계산에서와 같이 라인(2)의 새 가격을 판별하기 위해 사용되는 숫자 값(승수의 경우 0보다 큼): <ul style="list-style-type: none"> 라인(2) 가격 = 라인(1) 가격 * 승수 값 라인(2) 가격 = 라인(1) 가격 + 상대적 값

구역별 라인 대 라인 관계

이 경우 제품 또는 라인 관계 규칙에 사용되는 구역별 라인 그룹 대 라인 그룹 관계 데이터를 가져옵니다. 구역별 라인 대 라인 관계 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 카테고리(ProductCategory)	필수 제품 또는 라인 관계 규칙이 적용되는 제품 카테고리
구역	필수 구역 이름
라인(1)	라인 그룹 이름
라인(2)	라인 그룹 이름
관계 유형	승수 또는 상대적 값을 입력합니다. <ul style="list-style-type: none"> • 승수: 라인(1)의 최적화된 가격에 값을 곱합니다. • 상대적 값: 라인(2)의 최적화된 가격에 값을 더합니다. 파일 가져오기에서 관계 유형 필드가 비어 있으면 IBM Omni-Channel Merchandising에 관계가 표시되지 않습니다. 관계가 이미 있으면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 해당 관계를 삭제합니다.
관계 값	다음 계산에서와 같이 라인(2)의 새 가격을 판별하기 위해 사용되는 숫자 값(승수의 경우 0보다 큼): <ul style="list-style-type: none"> • 라인(2) 가격 = 라인(1) 가격 * 승수 값 • 라인(2) 가격 = 라인(1) 가격 + 상대적 값

위치 그룹 클래스 할당

위치 그룹 업데이트에 대한 도움을 받으려면 통합 서비스 담당자에게 문의하십시오.

위치 그룹 클래스 상점 맵핑

위치 그룹 업데이트에 대한 도움을 받으려면 통합 서비스 담당자에게 문의하십시오.

잠금 가격

이 가져오기는 파일에 나열된 모든 UPC 가격을 잠급니다. 잠금 가격 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
구역(Name)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 상점 구역의 이름(데이터 유지보수 > 상점 구역 보고서에 있음)
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
잠긴 대체(Is UserLocked)	가격 잠금, 잠금 해제하려면 0, 잠그려면 1을 사 용합니다. 잠금 아이콘은 IBM Omni-Channel Merchandising 사용자 인터페이스의 잠금 가격 옆에 표시됩니다.

부서별 잠금 가격

이 가져오기는 파일에 나열된 모든 UPC 가격을 잠급니다. 부서별 잠금 가격 데
이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
잠긴 대체(Is UserLocked)	가격 잠금, 잠금 해제하려면 0, 잠그려면 1을 사 용합니다. 잠금 아이콘은 IBM Omni-Channel Merchandising 사용자 인터페이스의 잠금 가격 옆에 표시됩니다.

구역별 잠금 가격

이 가져오기는 파일에 나열된 모든 UPC 가격을 잠급니다. 구역별 잠금 가격 데
이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
잠긴 대체(Is UserLocked)	가격 잠금, 잠금 해제하려면 0, 잠그려면 1을 사용합니다. 잠금 아이콘은 IBM Omni-Channel Merchandising 사용자 인터페이스의 잠금 가격 옆에 표시됩니다.

마크다운 데이터

마크다운 데이터 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 고객 상점 번호 또는 ID
고객 마감 날짜	제품을 상점 선반에서 판매할 수 있는 최종 날짜
마크다운 시작 날짜	제품-위치에서 마크다운이 시작되는 날짜 (MM/DD/YYYY 형식)
고객 마크다운 코드	최대 10자 제품 상태 표시기, 예를 들어 마크다운에서 C는 후보, M은 하나 이상의 마크다운이 발생했음을 나타냅니다.
재고	재고 날짜로 위치에서 판매할 수 있는 단위
재고 날짜	재고 크기가 적용 가능한 날짜(MM/DD/YYYY 형식)

다중 기준 소매 가격

다중 기준 소매 가격 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 카테고리(ProductCategory)	IBM Omni-Channel Merchandising에서 다중 기준 소매 가격을 삽입할 특정 제품 카테고리
최소 단위 가격(MinUnitPrice)	다중 기준 소매 가격이 지정된 최저 새 가격
최대 단위 가격(MaxUnitPrice)	다중 기준 소매 가격이 지정된 최고 새 가격
다중 항목	다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
기준 소매 가격(PricePoint)	가격 값, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 1달러를 입력합니다.

기타 클래스 및 제품군1

기타 클래스 및 제품군1 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
기타1 클래스(Other1Class)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 클래스 이름
기타1 제품군(Other1Family)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 제품군 이름

기타 클래스 및 제품군2

기타 클래스 및 제품군2 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
기타2 클래스(Other2Class)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 클래스 이름
기타2 제품군(Other2Family)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 제품군 이름

사전 가격 결정 플래그

사전 가격 결정 플래그 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
사전 가격(IsPrePriced)	필수 0은 제품에 사전 가격이 없음을 의미합니다. 1은 제품에 사전 가격이 있습니다.

가격 대체

시나리오의 최적화된 가격을 대체하는 파일을 가져옵니다. 일반적으로 **가격 대체** 보고서를 내보냅니다. 가격 대체 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

87 페이지의 『데이터 내보내기』의 내용을 참조하여 가격을 변경하고 파일을 다시 IBM Omni-Channel Merchandising으로 가져오십시오.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
(ScenarioRunID)	필수, 고유 키 시나리오 ID: 이 ID는 시나리오 세부사항 페이지에 대한 URL에 포함되고 사용자가 처음 내보낼 때 자동으로 표시됩니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
다중(OverOptMultiple)	대체 가격과 연관된 다중입니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
수동 대체(OverOptMultiplePrice)	필수 최적화된 가격을 대체하는 대체 가격
가격 유효 날짜	가져오는 대체 가격의 유효한 시작 날짜
이전가격(내부거래 가격) 다중 대체	대체 이전가격(내부거래 가격)과 연관된 다중입니다. 프랜차이즈 가격 결정 사용자에게만 표시됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
이전가격(내부거래 가격) 대체	UPC에 한정된 대체 이전가격(내부거래 가격)입니다. 프랜차이즈 가격 결정 사용자에게만 표시됩니다.

관련 항목

87 페이지의 『데이터 내보내기』

데이터를 애플리케이션에서 내보내려면 애플리케이션에 데이터 내보내기 사용자 권한이 있어야 합니다. 데이터를 내보내려면 이 프로시저를 사용하십시오.

가격 대체 - 라인

시나리오의 최적화된 가격을 대체하는 파일을 가져옵니다. 일반적으로 가격 대체 보고서를 내보냅니다. 가격 - 라인 대체 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

87 페이지의 『데이터 내보내기』의 내용을 참조하여 가격을 변경하고 파일을 다시 IBM Omni-Channel Merchandising으로 가져오십시오.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
(ScenarioRunID)	필수, 고유 키 시나리오 ID: 이 ID는 시나리오 세부사항 페이지에 대한 URL에 포함되고 사용자가 처음 내보낼 때 자동으로 표시됩니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
라인(LineGroup)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 라인 그룹 이름
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
다중(OverOptMultiple)	대체 가격과 연관된 다중입니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
수동 대체(OverOptMultiplePrice)	필수 최적화된 가격을 대체하는 대체 가격
가격 유효 날짜	가져오는 대체 가격의 유효한 시작 날짜
이전가격(내부거래 가격) 다중 대체	대체 이전가격(내부거래 가격)과 연관된 다중입니다. 프랜차이즈 가격 결정 사용자에게만 표시됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
이전가격(내부거래 가격) 대체	라인 그룹에 한정된 대체 이전가격(내부거래 가격)입니다. 프랜차이즈 가격 결정 사용자에게만 표시됩니다.

관련 항목

87 페이지의 『데이터 내보내기』

데이터를 애플리케이션에서 내보내려면 애플리케이션에 데이터 내보내기 사용자 권한이 있어야 합니다. 데이터를 내보내려면 이 프로시저를 사용하십시오.

구역별 가격 대체

시나리오의 최적화된 가격을 대체하는 파일을 가져옵니다. 일반적으로 가격 대체 보고서를 내보냅니다. 구역별 가격 대체 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

87 페이지의 『데이터 내보내기』의 내용을 참조하여 가격을 변경하고 파일을 다시 IBM Omni-Channel Merchandising으로 가져오십시오.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
(ScenarioRunID)	필수, 고유 키 시나리오 ID: 이 ID는 시나리오 세부사항 페이지에 대한 URL에 포함되고 사용자가 처음 내보낼 때 자동으로 표시됩니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
구역	필수 구역 이름
다중(OverOptMultiple)	대체 가격과 연관된 다중입니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
수동 대체(OverOptMultiplePrice)	필수 최적화된 가격을 대체하는 대체 가격
가격 유효 날짜	가져오는 대체 가격의 유효한 시작 날짜
이전가격(내부거래 가격) 다중 대체	대체 이전가격(내부거래 가격)과 연관된 다중입니다. 프랜차이즈 가격 결정 사용자에게만 표시됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
이전가격(내부거래 가격) 대체	UPC/구역에 한정된 대체 이전가격(내부거래 가격)입니다. 프랜차이즈 가격 결정 사용자에게만 표시됩니다.

관련 항목

87 페이지의 『데이터 내보내기』

데이터를 애플리케이션에서 내보내려면 애플리케이션에 데이터 내보내기 사용자 권한이 있어야 합니다. 데이터를 내보내려면 이 프로시저를 사용하십시오.

구역별 가격 대체 - 라인

시나리오의 최적화된 가격을 대체하는 파일을 가져옵니다. 일반적으로 가격 대체 보고서를 내보냅니다. 구역별 가격 대체 - 라인 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

87 페이지의 『데이터 내보내기』의 내용을 참조하여 가격을 변경하고 파일을 다시 IBM Omni-Channel Merchandising으로 가져오십시오.

참고: 또한 IBM Omni-Channel Merchandising이 OpenLink를 통해서 라인/구역 집계 레벨에서 대체 가격의 자동 로드를 구성할 수 있습니다. 세부사항은 IBM Omni-Channel Merchandising 담당자에게 문의하십시오.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
(ScenarioRunID)	필수, 고유 키 시나리오 ID: 이 ID는 시나리오 세부사항 페이지에 대한 URL에 포함되고 사용자가 처음 내보낼 때 자동으로 표시됩니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
라인(LineGroup)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 라인 그룹 이름
구역	필수 구역 이름
다중(OverOptMultiple)	대체 가격과 연관된 다중입니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
수동 대체(OverOptMultiplePrice)	필수 최적화된 가격을 대체하는 대체 가격
가격 유효 날짜	가져오는 대체 가격의 유효한 시작 날짜

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
이전가격(내부거래 가격) 다중 대체	대체 이전가격(내부거래 가격)과 연관된 다중입니다. 프랜차이즈 가격 결정 사용자에게만 표시됩니다.
이전가격(내부거래 가격) 대체	Line/구역에 한정된 대체 이전가격(내부거래 가격)입니다. 프랜차이즈 가격 결정 사용자에게만 표시됩니다.

관련 항목

87 페이지의 『데이터 내보내기』

데이터를 애플리케이션에서 내보내려면 **애플리케이션에 데이터 내보내기** 사용자 권한이 있어야 합니다. 데이터를 내보내려면 이 프로시저를 사용하십시오.

제품 그룹

제품 그룹 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
이름	필수, 최대 50자 제품 그룹 이름

제품 링크

제품 링크 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

IBM Omni-Channel Merchandising은 다음 오류가 발생하면 가져오기를 수행할 때 제품 링크를 작성하지 않습니다. 오류는 **가져오기 상태** 대화 상자에 나타납니다. 85 페이지의 『가져오기 상태 검사』의 내용을 참조하십시오.

- 새 제품 UPC 및 기존 제품 UPC가 유효하지 않음
- 기존 제품에 모델링 계수가 없습니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
새 제품 UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 새 제품의 20자리 UPC 코드
기존 판매 제품 UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 기존 제품의 20자리 UPC 코드

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
링크 유형	<ul style="list-style-type: none"> • LINEEXT: 라인 확장, 새 제품은 기존 제품을 포함하는 기존 라인 그룹의 확장으로 도입됩니다. • DIRECTREP: 직접 교체, 새 제품은 상품구성에서 기존 제품을 교체합니다. • 널, 새 제품은 기존 라인 그룹을 확장하거나 기존 제품을 교체하지 않습니다.
예측된 주별 볼륨	기존 제품이 중단된 경우 새 제품의 예측된 매 주 볼륨
증분 볼륨 백분율	기존 제품이 중단된 경우 새 제품의 예측된 증분 볼륨 백분율

관련 항목

85 페이지의 『가져오기 상태 검사』

데이터 가져오기를 볼 수만 있습니다. 모든 가져오기 보기 사용자 권한이 있으면 관리자가 모든 사용자의 가져오기를 볼 수 있습니다. 파일 가져오기 상태를 검사하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

제품 상태

제품 상태 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
제품 상태(pIncPrd)	제품 상태, 1은 제품이 활성 상태임을 나타내고 0은 제품이 중단되었음을 나타냅니다.

구역별 제품 상태

구역별 제품 상태 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 상태(pIncPrd)	제품 상태, 1은 제품이 활성 상태임을 나타내고 0은 제품이 중단되었음을 나타냅니다.

제품 대 제품 관계

이 경우 제품 또는 라인 관계 규칙에 사용되는 제품 대 제품 관계 데이터를 가져옵니다. 제품 대 제품 관계 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC(1)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
UPC(2)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
관계 유형	승수 또는 상대적 값을 입력합니다. <ul style="list-style-type: none"> • 승수: UPC(1)의 최적화된 가격에 값을 곱합니다. • 상대적 값: UPC(1)의 최적화된 가격에 값을 더합니다. 파일 가져오기에서 관계 유형 필드가 비어 있으면 IBM Omni-Channel Merchandising에 관계가 표시되지 않습니다. 관계가 이미 있으면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 해당 관계를 삭제합니다.
관계 값	다음 계산에서와 같이 UPC(2)의 새 가격을 판별하기 위해 사용되는 숫자 값(승수의 경우 0보다 큼): <ul style="list-style-type: none"> • $UPC(2) \text{ 가격} = UPC(1) \text{ 가격} * \text{승수 값}$ • $UPC(2) \text{ 가격} = UPC(1) \text{ 가격} + \text{상대적 값}$

구역별 제품 대 제품 관계

이 경우 제품 또는 라인 관계 규칙에 사용되는 제품 대 제품 관계 데이터를 가져옵니다. 구역별 제품 대 제품 관계 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
부서	필수 부서 이름

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
구역	필수 구역 이름
UPC(1)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
UPC(2)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
관계 유형	승수 또는 상대적 값을 입력합니다. <ul style="list-style-type: none"> • 승수: UPC(1)의 최적화된 가격에 값을 곱합니다. • 상대적 값: UPC(1)의 최적화된 가격에 값을 더합니다. 파일 가져오기에서 관계 유형 필드가 비어 있으면 IBM Omni-Channel Merchandising에 관계가 표시되지 않습니다. 관계가 이미 있으면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 해당 관계를 삭제합니다.
관계 값	다음 계산에서와 같이 UPC(2)의 새 가격을 판별하기 위해 사용되는 숫자 값(승수의 경우 0보다 큼): <ul style="list-style-type: none"> • $UPC(2) \text{ 가격} = UPC(1) \text{ 가격} * \text{승수 값}$ • $UPC(2) \text{ 가격} = UPC(1) \text{ 가격} + \text{상대적 값}$

판촉 제품 그룹 - LU

판촉 제품 그룹 - LU 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 그룹 이름	필수, 최대 50자 판촉 제품 그룹 이름: 지정된 이름이 없으면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 새 판촉 제품 그룹을 작성합니다.
제품 그룹 코드	최대 20자 판촉 제품 그룹의 고유 코드

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
물류 항목 ID	최대 30자 물류 단위 코드: 선택한 물류 단위 또는 해당 물류 단위에 링크된 UPC가 이미 또 다른 판촉 제품 그룹에 속한 경우, IBM Omni-Channel Merchandising이 행을 무시합니다.

판촉 제품 그룹 - SU

판촉 제품 그룹 - SU 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
이름	필수, 최대 50자 판촉 제품 그룹 이름: 지정된 이름이 없으면 IBM Omni-Channel Merchandising에서 새 판촉 제품 그룹을 작성합니다.
코드	최대 20자 판촉 제품 그룹의 고유 코드
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드: 선택한 UPC가 이미 또 다른 판촉 제품 그룹에 속한 경우, IBM Omni-Channel Merchandising이 행을 무시합니다.

크기 클래스 및 제품군

크기 클래스 및 제품군 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
크기 클래스(SizeClass)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 크기 클래스 이름, 허용 가능한 크기 클래스 형식은 카테고리에 정의된 크기 클래스입니다. 클래스가 아직 정의되지 않은 경우, IBM Omni-Channel Merchandising에서 나중에 업데이트할 수 있는 기본값(XXX-LARGE, XX-LARGE, X-LARGE, LARGE, MEDIUM, SMALL, X-SMALL, XX-SMALL, XXX-SMALL)을 사용하십시오.
크기 제품군(SizeFamily)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 크기 제품군 이름

SKU 속성

SKU 속성 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
속성0	SKU 속성 이름. 공백으로 두면 가져온 후에 데이터 유지보수 > SKU/구역 속성 보고서에서 제품에 속성을 지정할 수 있습니다. 보고서는 10개의 속성 필드(속성 <0-9>)를 포함합니다. 회사에서 이 필드를 사용하지 않거나 일부만 사용하도록 선택할 수 있습니다.

SKU/구역 속성

SKU/구역 속성 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

최대 6개 속성을 정의할 수 있습니다.

참고: 자체 속성을 가져와서 시스템 기본 CPI 속성(특별 주의, 주의, 부분적으로 주의, 주의 없음, 정의되지 않음1, 정의되지 않음2)을 대체하기 전에 먼저 IBM Omni-Channel Merchandising 지원 담당자에게 문의해야 합니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역 그룹	필수 구역 그룹 이름
구역	필수 구역 이름
CPI 속성	다음 중 하나를 입력하거나 공백으로 두십시오. <ul style="list-style-type: none"> • 특별 주의 • 주의 • 부분적으로 주의 • 주의 없음 • 정의되지 않음1 • 정의되지 않음2

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
속성0	SKU/구역 속성 이름. 공백으로 두면 가져온 후에 데이터 유지보수 > SKU/구역 속성 보고서에서 제품에 속성을 지정할 수 있습니다. 보고서는 5개의 속성 필드(속성 <0-4>)를 포함합니다. 회사에서 이 필드를 사용하지 않거나 일부만 사용하도록 선택할 수 있습니다.

상점 속성

상점 속성 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
레벨1 설명	이 보고서는 레벨<1-12> 설명 열을 포함합니다. 각 열은 서로 다른 상점 속성에 대한 설명을 보유합니다. 이 속성은 보고 목적으로만 사용됩니다. 회사는 이들을 사용하지 않거나 일부 필드만 사용할 수 있습니다.
레벨1 코드	이 보고서는 레벨<1-12> 코드 열을 포함합니다. 각 열은 서로 다른 상점 속성에 대한 코드를 보유합니다. 이 코드는 설명 필드와 관련이 있습니다. 이 속성은 보고 목적으로만 사용됩니다. 회사는 이들을 사용하지 않거나 일부 필드만 사용할 수 있습니다.
속성1	회사 정의 상점 속성, 이 값은 선택사항이며, 보고 목적으로만 사용됩니다. 가져오기에는 4개 속성 필드(속성<1-4>)가 포함됩니다.

상점 그룹

상점 그룹 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
이름	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 그룹 이름
부서	부서 이름

상점 가격 구역

상점 가격 구역 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
부서	부서 이름
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID
이름	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 그룹 이름

계층 클래스 및 제품군

계층 클래스 제품군 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

계층 클래스 및 제품군을 가져오려면 계층화된 가격 책정 관리 권한이 있어야 합니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
계층 클래스(TierClass)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 계층 클래스 이름
계층 제품군(TierFamily)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 계층 제품군 이름

시계열 제품 상태

시계열 제품 상태 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

시계열 제품 상태를 사용하면 IBM Omni-Channel Merchandising에 로드된 각 제품에 대해 유효 날짜를 지정할 수 있습니다. 유효 날짜 적용에 대한 자세한 정보는 IBM Omni-Channel Merchandising 담당자에게 문의하십시오.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC(ProductUPC)	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
위치 키(LocationKey)	고유 위치, 위치 그룹 또는 위치 그룹 클래스 키
상태 코드(StatusCode)	데이터 > 제품 상태 맵핑 보고서에 정의된 제품 상태의 상태 코드
유효 날짜(EffectiveDate)	UPC에서 지정된 상태 코드가 유효해지는 날짜 (mm/dd/yyyy 형식)

상점별 이전가격(내부거래 가격)

이전가격(내부거래 가격)을 가져오려면 **프랜차이즈 가격 책정 권한**이 있어야 합니다. 상점별 이전가격(내부거래 가격) 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
상점 번호	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 상점 번호 또는 ID
트랜잭션 다중 항목	필수 다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.
이전가격(내부거래 가격)	필수 항목이 프랜차이즈 가맹점에 판매되는 가격입니다. 다중 가격 책정을 사용하는 경우, 이전가격(내부거래 가격) 다중 필드에 단위 수에 대한 가격을 입력하십시오.

구역별 이전가격(내부거래 가격)

이전가격(내부거래 가격)을 가져오려면 **프랜차이즈 가격 책정 권한**이 있어야 합니다. 구역별 이전가격(내부거래 가격) 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	필수 부서 이름
구역	필수 구역 이름
트랜잭션 다중 항목	필수 다중 금액, 예를 들어 제품이 1달러에 3개인 경우 이 열에 3을 입력합니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
이전가격(내부거래 가격)	필수 항목이 프랜차이즈 가맹점에 판매되는 가격입니다. 다중 가격 책정을 사용하는 경우, 이전가격(내부거래 가격) 다중 필드에 단위 수에 대한 가격을 입력하십시오.

구역 예외

구역 예외 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
부서	부서 이름
구역(Name)	상점 구역
상점 번호(CustomerLocationKey)	값 앞에 작은따옴표(')를 사용하십시오, 상점 번호 또는 ID
구역 대체(IsZoneException)	제품에 구역 대체가 없는 경우 0을 입력하고, 제품에 구역 대체가 있는 경우 1을 입력합니다.

구역 그룹 할당

구역 그룹 할당 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
제품 카테고리(ProductCategory)	구역 그룹이 적용되는 제품 카테고리
부서	부서 이름
구역 그룹	구역 그룹 이름

구역 대체

시나리오의 최적화된 가격을 대체하는 파일을 가져옵니다. 일반적으로 가격 승인 보고서를 내보냅니다. 구역 대체 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

87 페이지의 『데이터 내보내기』의 내용을 참조하여 가격을 변경하고 파일을 다시 IBM Omni-Channel Merchandising으로 가져오십시오.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
(ScenarioRunID)	필수, 고유 키 시나리오 ID: 이 ID는 시나리오 세부사항 페이지에 대한 URL에 포함되고 사용자가 처음 내보낼 때 자동으로 표시됩니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
UPC	필수, 고유 키, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 20자리 UPC 코드
구역	필수 구역 이름
다중(OverOptMultiple)	대체 가격과 연관된 다중입니다. 이 열은 변경하지 마십시오.
수동 대체(OverOptMultiplePrice)	필수 최적화된 가격을 대체하는 대체 가격
가격 유효 날짜	가져오는 대체 가격의 유효한 시작 날짜

관련 항목

87 페이지의 『데이터 내보내기』

데이터를 애플리케이션에서 내보내려면 **애플리케이션에 데이터 내보내기** 사용자 권한이 있어야 합니다. 데이터를 내보내려면 이 프로시저를 사용하십시오.

구역-위치 맵핑

이 가져오기는 위치를 구역에 맵핑합니다. 구역이 없는 경우 가져오기 후에 새 구역이 작성됩니다. 또한 파일 가져오기에서 구역이 비어 있음/널로 설정되면 현재 맵핑이 삭제됩니다. 즉, 상점이 어느 구역에도 지정되지 않습니다. 구역-위치 맵핑 데이터 열 및 설명이 나열됩니다.

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
부서	필수 부서 이름
구역 그룹	필수 구역 그룹 이름
구역(Name)	상점 구역

데이터 열(처음에서 마지막까지)	설명
상점 번호(CustomerLocationKey)	필수, 값 앞에 작은따옴표(') 사용 상점 번호 또는 ID

데이터 파일 가져오기

데이터 파일을 가져오려면 이 프로시저를 사용하십시오. 로컬 파일에서 애플리케이션으로 데이터를 가져오려면 **애플리케이션으로 데이터 가져오기** 사용자 권한이 있어야 합니다.

이 태스크 정보

가져오기 대화 상자를 사용하여 데이터를 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 가져올 수 있습니다.

프로시저

1. 데이터 > 가져오기를 선택하여 가져오기 대화 상자를 여십시오.
2. 데이터 유형 드롭 다운 메뉴에서 가져올 데이터 유형을 선택하십시오.
3. 설명 텍스트 상자에 파일에 대한 설명을 입력하십시오. 그러면 가져오는 데이터 유형을 식별하는 데 도움이 됩니다. 가져오기를 수행하는 대상 카테고리 또는 수행 중인 편집 유형에 대해 알려주는 설명을 사용하십시오. 설명은 가져오기 상태 대화 상자에서 사용자의 파일을 찾을 수 있는 최선의 방법입니다.
4. 파일 업로드 섹션에 파일 이름을 입력하십시오. 파일 이름이 8자 이하인지 확인하십시오. 8자를 초과하면 가져오기가 실패합니다.
5. 가져오기를 클릭하십시오.
6. 데이터 가져오기 프로세스가 완료되면 사용자의 가져오기가 나열된 상태로 가져오기 상태 대화 상자가 열립니다.

관련 항목

『가져오기 상태 검사』

데이터 가져오기를 볼 수만 있습니다. 모든 가져오기 보기 사용자 권한이 있으면 관리자가 모든 사용자의 가져오기를 볼 수 있습니다. 파일 가져오기 상태를 검사하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

가져오기 상태 검사

데이터 가져오기를 볼 수만 있습니다. 모든 가져오기 보기 사용자 권한이 있으면 관리자가 모든 사용자의 가져오기를 볼 수 있습니다. 파일 가져오기 상태를 검사하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

IBM Omni-Channel Merchandising 서비스로 데이터 파일을 가져올 때 가져오기 프로세스가 유효한 열의 수, 올바른 데이터 유형(적절한 레코드의 텍스트 또는 숫자), 필수 필드 및 레코드 삽입 또는 업데이트 허용 여부 등을 검사합니다.

가져오기 상태 대화 상자에서 상태를 확인할 수 있습니다. 데이터 파일은 가져오기 큐에 있거나, 가져오는 중이거나, 완료되었거나, 오류가 있을 수 있습니다. 파일에 오류가 있으면 원본 파일에서 오류를 수정하고 다시 가져와야 합니다.

프로시저

1. 데이터 > 가져오기 상태를 선택하십시오. 가져오기 상태 대화 상자가 열립니다.

각 가져오기는 숫자 ID, 파일 이름(일반적으로 사용자 이름), 상태, 파일을 가져올 때 입력한 설명과 함께 나열됩니다.

상태는 다음 중 하나입니다.

- **보류 중** - 파일이 큐에 있으며 가져오기가 시작되도록 대기 중입니다.
- **가져오는 중** - 파일을 가져오는 중입니다.
- **완료됨** - 파일을 가져왔으며 적절한 페이지에서 볼 수 있습니다. 예를 들어, 제품 그룹 데이터는 **제품 그룹** 페이지에 표시됩니다.
- **오류** - 파일을 가져오지 못했습니다. 오류를 보려면 가져오기 로그를 확인하십시오. 가져오기 로그를 보려면 파일 이름(밑줄이 표시된 링크)을 클릭하십시오. **가져오기 로그** 대화 상자가 열립니다. 모든 오류가 이 대화 상자의 행마다 표시됩니다. 오류가 있으면 원래 파일의 정정 행으로 이동하여 오류를 수정한 다음 새로 가져오기를 시작할 수 있습니다.

2. 가져오기를 완료하면 **가져오기 상태** 대화 상자에서 이를 삭제하여 불필요한 항목을 줄일 수 있습니다. 가져오기를 삭제하려면 가져오기를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하고 **삭제**를 선택하십시오. 삭제할 것인지 묻는 대화 상자가 표시됩니다. **예**를 클릭하십시오. 페이지가 새로 고쳐지고 가져오기가 삭제됩니다.

경고 가입 설정

Excel에서 시장 또는 새 제품을 가져올 때 경고를 수신하도록 가입하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

Excel에서 시장 또는 새 제품을 가져오면 가져오기가 시작되고 실패하고 또는 완료될 때 경고를 받도록 가입할 수 있습니다.

프로시저

1. 특정 페이지의 상위 탐색줄에 있는 도구함 아이콘을 클릭하십시오. 경고 가
입 팝업 창이 열립니다.
2. **상품구성** 탭을 클릭하십시오.
3. 선택란을 사용하여 수신할 가져오기 경고의 유형을 선택하십시오.
 - **이메일** 열 아래의 상자를 선택하면 애플리케이션에 등록된 이메일 주소로
경고가 전송됩니다.
 - **받은 편지함** 아래의 상자를 선택하면 경고 받은 편지함으로 경고가 전송
됩니다.
 - **상품구성 가져오기 실패 알림**에 대한 상자를 선택하면 가져오기 오류 로
그 파일에 대한 링크가 있는 이메일을 수신하게 됩니다.
4. 받고 싶은 경고 유형을 선택했으면 **완료**를 클릭하십시오.

데이터 내보내기

데이터를 애플리케이션에서 내보내려면 **애플리케이션에 데이터 내보내기** 사용자 권한이 있어야 합니다. 데이터를 내보내려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

IBM Omni-Channel Merchandising 서비스에서 데이터를 내보내고 Excel에서 편지하거나 검토할 수 있습니다. 제품 그룹 등의 데이터 파일 또는 데이터 유지 보수 보고서 등의 보고서를 내보낼 수 있습니다.

프로시저

1. **데이터 > 내보내기**를 선택하십시오. **내보내기 대화 상자**가 열립니다.
2. **보고서 드롭 다운** 메뉴에서 내보낼 데이터 유형을 선택하십시오.
3. 최대 8자까지 사용하여 **설명** 텍스트 상자에 파일에 대한 설명을 입력하십시오. 그러면 내보내고 있는 데이터의 유형을 식별하는 데 도움이 됩니다. 이 방법은 **내보내기 상태** 페이지에서 사용자의 파일을 찾을 수 있는 최선의 방법입니다.
4. 내보낼 파일 유형(Excel 97-2003(.xls), Excel 2007(.xlsx) 또는 CSV)을 선택하십시오. 컴퓨터의 메모리 구성에 따라 성능이 다를 수 있으므로 CSV 형식은 많은 양의 데이터(130,000 레코드 이상)를 내보내는 데 권장됩니다. **레코드 수 획득** 단추를 클릭하면 보고서를 내보내기 전에 포함된 레코드의 총 수를 볼 수 있습니다. 다음은 CSV 파일로 내보낼 때 보고서 필드의 형식에 대한 설명입니다.

- 큰따옴표는 구분 기호로 사용되어야 하는 경우 외에는 필드에 추가되지 않습니다(예를 들어, 숫자 필드 중 하나에 소수점 구분 기호로 쉼표가 표시됩니다).
 - 모든 숫자/10진수 유형은 최소 두 자리의 소수 자릿수 및 최대 세 자리의 소수 자릿수를 표시합니다. IBM Markdown Optimization의 경우, 소수점 앞에 다섯 자리가 허용됩니다.
 - 통화 필드는 로케일 10진수를 기반으로 하며 천 구분 기호는 로케일을 기반으로 합니다.
 - 날짜가 시간과 함께 표시되어야 하는 경우에는 모든 날짜가 단축 형식(mm/dd/yy 또는 dd/mm/yy)으로 표시되며 로케일에 따라 형식화됩니다. 큰 CSV 파일은 Excel 대신 메모장 또는 또 다른 텍스트 편집기를 사용하여 열어야 합니다. Excel을 사용하여 CSV 파일을 보려는 경우에는 파일을 Excel 애플리케이션으로 가져오십시오.
5. 부서 드롭 다운 메뉴에서 내보낼 부서를 선택하십시오. 부서 드롭 다운 메뉴는 내보내기를 위해 보고서에 부서가 필요한지 여부만 필요합니다. Shift-클릭 또는 Ctrl-클릭을 사용하여 특정 보고서에 대한 다중 부서를 선택할 수 있습니다.
 6. 카테고리 내보내기 드롭 다운 메뉴에서 내보낼 제품 카테고리를 선택하십시오. 카테고리 내보내기 드롭 다운 메뉴는 내보내기를 위해 보고서에 제품 카테고리가 필요한지 여부만 필요합니다. Shift-클릭 또는 Ctrl-클릭을 사용하여 특정 보고서에 대한 다중 카테고리를 선택할 수 있습니다. 또는 특정 보고서에 대한 모든 카테고리를 선택할 수 있습니다.
 7. 상점 그룹 내보내기 드롭 다운 메뉴에서 내보낼 상점 그룹을 선택하십시오. 상점 그룹 내보내기 드롭 다운 메뉴는 내보내기를 위해 보고서에 상점 그룹이 필요한지 여부만 필요합니다.
 8. 내보내기를 클릭하십시오. 내보내기 상태 대화 상자가 열리고 사용자의 내보내기가 나열됩니다.

내보내기 상태 검사

데이터 내보내기를 시작한 후에 데이터 내보내기 상태를 확인하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 데이터 내보내기를 볼 수만 있습니다. 모든 내보내기 보기 사용자 권한이 있으면 관리자가 모든 사용자의 내보내기를 볼 수 있습니다.

이 태스크 정보

프로시저

데이터 > 내보내기 상태를 선택하십시오. 내보내기 상태 대화 상자가 열립니다. 각 내보내기는 숫자 ID, 파일 이름(일반적으로 사용자 이름), 상태, 파일을 가져올 때 입력한 설명과 함께 나열됩니다.

상태는 다음 중 하나입니다.

- **내보내는 중** - 파일을 내보내는 중입니다.
- **완료됨** - 파일을 내보냈습니다. 파일 이름(밑줄이 표시된 링크)을 클릭하면 파일을 볼 수 있습니다. 파일이 Excel 브라우저 창에서 열립니다. 이 창에서 파일을 인쇄, 편집 또는 저장할 수 있습니다.
- **오류** - 파일을 내보내지 못했습니다.

내보내기를 완료하면 내보내기 상태 대화 상자에서 이를 삭제하여 불필요한 항목을 줄일 수 있습니다.

내보내기 삭제

내보내기를 삭제하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

프로시저

1. 내보내기를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하십시오.
2. 삭제를 선택하십시오. 삭제할 것인지 묻는 대화 상자가 열립니다.
3. 예를 클릭하십시오. 페이지가 새로 고쳐지고 내보내기가 삭제됩니다.

제 4 장 속성화 개요

제품 속성화 프로세스는 모델링 및 최적화 프로세스에 대한 제품 정보를 준비하기 위한 IBM OpenLink 내의 일련의 작업입니다. 속성화는 크기, 브랜드 및 측정 단위와 같은 제품 속성에서 오류 및 불일치를 정정하는 작업과 연관됩니다. 이러한 속성화는 수요 그룹 내의 SKU 데이터를 동일한 수요 그룹 내의 기존 가격 책정 기록과 연관시키는 데 사용됩니다. Bayesian 추론이라 불리는 통계 분석 기술이 세부 수요 기록과 함께 제품에서 기술을 가져와서 수요 데이터가 충분하지 않은 기타 제품에 대해 수요 곡선을 빌드하는 데 도움이 되도록 수요 그룹이 SKU에 지정됩니다.

수요 그룹은 대체 가능성이 높은 제품 세트입니다. 일반적인 소비자의 경우, 가격 및 제품 속성을 기반으로 하여 선택되는 제품입니다. 예로는 종이 수건 및 액상 세탁 세제가 있습니다. 수요 그룹 내의 모든 제품은 합병을 나타냅니다.

애플리케이션에서는 제품을 속성화하는 두 가지 옵션을 제공합니다.

- 제품 정보 파일(PIF) 내보내기/가져오기 프로세스 - 이 프로세스를 사용하면 PIF를 MS Excel 파일에 내보내고 제품을 속성화하고 정보를 시스템에 다시 가져옵니다.
- 속성화 UI - 애플리케이션 내의 카테고리 레벨에서 직접 속성화에 대한 규칙을 설정할 수 있습니다.

PIF가 현재 가장 일반적인 프로세스이므로 이에 대해 더 자세히 설명합니다.

관련 항목

『속성화 작업 방법』

94 페이지의 『카테고리 관리자 작업공간 이해』

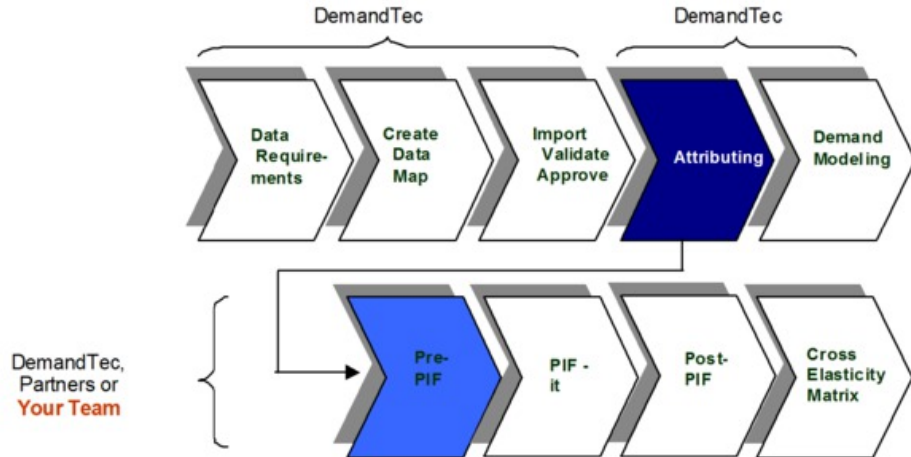
속성화 작업 방법

속성화 프로세스는 전체 OpenLink 프로세스의 일부입니다.

- POS, 데이터 웨어하우스, 공급 체인 및 레거시 시스템 등의 데이터 가져오기
- OpenLink 스테이징 데이터베이스에 적합한 형식으로 데이터 변환
- 유효성 검사, 오류 검사 및 데이터 승인
- 속성화 - 모델링 및 최적화 프로세스에 대해 데이터를 준비합니다. 구매 카테고리 내의 모든 제품을 분류하고 속성에 값을 지정하고 크기, 측정 단위 및 브랜드 등의 속성 유효성을 검사합니다. Everyday Price Optimization and

Everyday Price Management 최적화의 경우, 라인 그룹, 사전 책정 가격, 크기 제품군/크기 클래스, 브랜드 제품군/브랜드 클래스 및 기타 제품군/기타 클래스에 대해 값을 추가합니다.

- 데이터 수요 모델링



관련 항목

『속성화 프로세스』

속성화 프로세스

속성화 프로세스는 일반적으로 IBM OpenLink 및 Microsoft Excel을 둘 다 사용하여 완료됩니다. 다음은 프로세스 내의 각 단계에 대한 상위 레벨의 개요입니다.

단계	설명	참고	도구
1	카테고리 이동 승인/거부(해당되는 경우에 한함)	제품이 카테고리를 이동하는지 여부를 검토합니다. 분리된 제품에 대해서는 분류되지 않음 카테고리를 선택하십시오.	OpenLink
2	제품 상태 분석기 실행(상점 레벨 상태가 전송되지 않은 경우)	제품 상태가 업데이트되었는지 확인하려면 가격 업데이트 프로세스를 수행하기 전에 PSR을 실행하십시오. 일부 고객은 OpenLink에서 매주 POS 파일 승인 후에 PSR을 실행하고자 할 수도 있습니다.	OpenLink

3	PIF 내보내기	PIF 내보내기 완료 시에 OpenLink에 의해 전송된 자동화된 이메일 메시지를 통해 PIF에 액세스합니다. 링크를 클릭하거나 링크를 복사하여 새 인터넷 브라우저 창에 붙여넣으십시오.	OpenLink
4	<p>PIF를 사용하여 콘텐츠 편집</p> <p>a. 수요 그룹</p> <p>b. 크기</p> <p>c. UOM</p> <p>d. 브랜드</p> <p>e. 모델에 포함됨</p> <p>f. 크기 클래스/제품군**</p> <p>g. 브랜드 클래스/제품군**</p> <p>h. 라인 그룹**</p> <p>i. 사전 책정 가격</p> <p>j. 기타 클래스/제품군 1**</p> <p>k. 기타 클래스/제품군 2**</p>	<p>PIF(제품 정보 파일)는 Excel 스프레드시트이므로 해당 방법으로 처리해야 합니다. PIF에서 열을 삭제하지 마십시오. 단, 인시던트 없이 열을 이동(다시 순서 지정)할 수 있습니다. 제품을 모델링할 수 없는 경우에는 모델에 포함됨을 아니오로 변경하여 PIF에서 삭제하십시오.</p> <p>적은 수요 그룹 구조 및 많은 수요 그룹 관계에 대한 최적화. (가능하면 단일 제품 수요 그룹을 피하십시오.)</p> <p>참고: 라인 그룹, 사전 책정 가격, 크기 제품군/크기 클래스, 브랜드 제품군/브랜드 클래스 및 기타 제품군/클래스 값은 PIF에 포함될 수 있으며 OpenLink로 가져올 수 있습니다. 그러나 이러한 값은 Everyday Price Optimization and Everyday Price Management에서 최적화에 사용되며 모델링 프로세스에는 필요하지 않습니다.</p>	Excel PIF
5	PIF 가져오기	모든 형식화 및 추가 워크시트가 제거되었는지 확인하십시오. 가져올 파일의 이름 길이를 제한하십시오.	OpenLink

6	등가 단위 실행	PIF를 모델링하기 위해 제출하기 전에 동등화할 POS가 포함된 항목 수를 확인하십시오.	OpenLink
7	무결성 검사 수행	카테고리 분석 보고서 사용 - 브랜드 및 수요 그룹 집계. 필요에 따라 승인하거나 오류를 수정하십시오.	OpenLink
8	컨텐츠 편집(해당되는 경우에 한함)	필요한 경우 브랜드 이름 및 등가 단위의 문제 정정을 이중 검사하십시오. 이 단계는 위 여러 단계가 다시 완료되도록 여러 번 프롬프트될 수 있습니다.	OpenLink
9	수요 그룹 관계 완료	필요한 경우, 수요 그룹 관계를 제안하고 필요한 경우 확인 및 업데이트를 수행합니다.	OpenLink
10	제품을 속성화된 것으로 표시	제품을 속성화된 것으로 표시합니다. 초기 속성화가 IBM Omni-Channel Merchandising 통계에 전송된 후에 새 제품이 쉽게 식별될 수 있도록 속성 해제된 제품의 수 열도 0으로 "재설정"됩니다.	OpenLink
11	카테고리 상태 설정	IBM Omni-Channel Merchandising 통계 전문가에게 카테고리가 모델링될 준비가 되었음을 경고합니다.이 경고 알림을 수신하도록 가입한 경우에 통계 전문가에게 이메일이 전송됩니다.	OpenLink

카테고리 관리자 작업공간 이해

카테고리 관리자에 가져온 카테고리 및 일반 통계가 표시됩니다. 이를 사용하여 제품 상태 또는 등가 단위 실행 등의 속성화 처리를 관리할 수 있습니다.

기본 탭에는 카테고리 이름, 카테고리 내의 총 제품 수, 카테고리 내의 속성화되지 않은 제품 수, 카테고리 내에서 마지막으로 스캔된 날짜와 같이 일반적으로 가장 많이 보는 일부 열이 표시됩니다. 세부사항 탭에는 이러한 열 및 카테고리에 대한 자세한 정보가 표시됩니다.

데이터 특성 탭에는 모델링 관련 정보, 제품 성능에 대한 기본 정보를 표시하는 보고 메트릭, 광고 중인 볼륨의 양, 데이터 희소성에 대한 정보, 누락된 주 개수 등을 포함하여 각 카테고리에 대한 정보가 표시됩니다.

Category Name	Price/Promotion Model			Markdown Model		Total # of Products	Unat. Pro
	Auto Remodel	Status	Updated	Status	Updated		
A01_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A02_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Oct 13, 2011 6:43 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A03_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A04_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A05_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A06_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A07_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A08_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A09_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	
A10_BATTERIES FLASHLIGHTS	<input type="checkbox"/>	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	Released	Nov 6, 2011 9:37 PM	427	

마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 콘텐츠 편집 또는 카테고리 작업공간을 선택하여 카테고리 내의 개별 제품을 볼 수 있습니다. 또한 데이터 유지보수에서 사용 가능한 판매 가능 항목 보고서에서 카테고리별 모든 제품을 볼 수 있습니다.

참고: 카테고리 관리자 페이지에 액세스하려면 카테고리 관리자 사용 권한이 설정되어 있어야 합니다.

Export Category Modeling Import Jobs Data

Edit Content
Product Category: CALCULATORS 1

Actions: Save Return To Category Manager Drop Outdated Products Hide Dropped Products Reports: All Products Edit

Search: Attributed No Find

Attributed	Has Recent POS	Is Seasonal	Opt. Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803003826	CANON LS-100TS BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803009538	CANON LS-270 BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963011004	SEIKO SPELL CHECKER	SPELL_DICT_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963054025	SEIKO DICTIONARY	DEFAULT_DEMAND_G...	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143249	ROYAL 52KB MEMORY PERSONAL ORGANIZER	PERS_ORGANIZER	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143812	ROYAL BASIC HANDHELD CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143843	ROYAL X60 DUAL POWER DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143850	ROYAL DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447144307	ROYAL WS22 DESKTOP WEATHER	WEATHER_DS KTP	1

97 페이지의 『카테고리 변경 보기』

161 페이지의 『분류되지 않은 제품을 카테고리 이동』

102 페이지의 『제품 상태 분석기 실행』

105 페이지의 『PIF 내보내기』

110 페이지의 『컨텐츠 및 속성 편집』

129 페이지의 『최종 검사 수행』

제 5 장 속성화 준비

제품 정보 파일(PIF)에서 콘텐츠를 속성화할 수 있도록 준비하려면 몇 가지 작업을 완료해야 합니다.

관련 항목

『카테고리 변경 보기』

98 페이지의 『분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동』

102 페이지의 『제품 상태 분석기 실행』

카테고리 변경 보기

이 태스크 정보

새 카테고리 계층 구조가 승인되면 종종 제품의 카테고리가 변경됩니다. 일부 카테고리 변경의 원인은 이상 데이터입니다. 시스템에서 생성된 이러한 제품 카테고리 변경을 승인하거나 거부해야 합니다. 사용자에 의해 시작된 카테고리 변경은 검토가 필요하지 않습니다. 특정 카테고리에 대한 변경을 보거나 모든 카테고리에 대한 변경을 볼 수 있습니다.

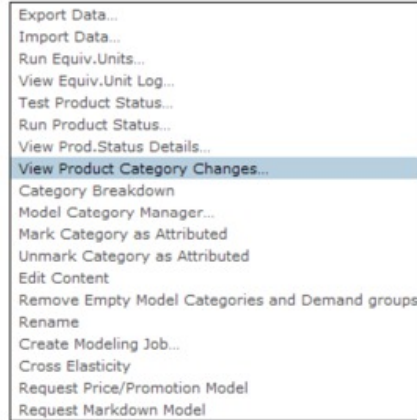
카테고리 변경을 보려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink > 카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.

참고: 모든 카테고리에 걸쳐 변경사항을 보려면 **카테고리 > 제품 카테고리 변경사항 보기**를 선택하여 4단계에서 설명한 **제품 카테고리 변경사항** 페이지를 여십시오.

2. 세부사항 탭의 **제품 입력 카테고리 수** 열에서 0 외의 값이 있는 카테고리를 찾으십시오. 이 값은 카테고리 내의 새 제품의 수입니다.
3. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리 변경사항을 볼 카테고리를 클릭하십시오. 컨텍스트 메뉴가 표시됩니다.



4. 제품 카테고리 변경사항 보기를 선택하십시오. 제품 카테고리 변경사항 페이지에 카테고리에 입력하도록 지정된 모든 제품이 표시됩니다.
5. 모든 제품이 승인 가능하거나 승인 가능하지 않으면 모두 승인 또는 모두 거부를 클릭하십시오.

참고: 카테고리 변경 승인에 제출할 특정 항목을 선택한 경우, 모두 승인 옵션은 사용하지 않도록 설정됩니다. 이로 인해 적합한 카테고리 변경을 실수로 모두 승인하는 경우를 방지할 수 있습니다.

6. 개별 제품을 선택하려면 각 제품 옆의 승인 또는 거부 선택란을 설정하십시오.
7. 제출을 클릭하십시오. 승인된 제품이 카테고리에 추가됩니다.

분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동

일단 모든 제품 데이터를 OpenLink로 가져온 후에는 제품 파일의 모든 후속 재로드에서 초기 소매업체 제품 계층 구조가 아니라 IBM Omni-Channel Merchandising 카테고리를 사용합니다. 애플리케이션이 제품 파일에서 새 제품 계층 구조를 인식하지 못하면 제품이 기본 최적화 카테고리인 UNCATEGORIZED로 이동됩니다. **컨텐츠 편집** 페이지 또는 **카테고리 작업공간** 페이지에서 해당 제품을 카테고리에 지정할 수 있습니다.

제품 파일을 OpenLink로 가져오는 동안 새 제품 계층 구조 유효성 검사가 UNCATEGORIZED에 속한 모든 제품에 플래그를 지정합니다. 이 유효성 검사가 무시되면 모든 제품이 UNCATEGORIZED로 라우팅되고 사용자가 수동으로 이동할 때까지 해당 위치에 그대로 있게 됩니다.

또한 알 수 없는 제품(이전 제품 레코드가 없는 제품)에 대한 모든 POS, 비용 또는 가격 데이터가 UNCATEGORIZED 카테고리에 배치되는 "더미" 제품 레코드를 발생시키고 수동으로 이동되어야 합니다.

제품을 속성화된 카테고리로 이동하는 경우, 새 제품에 대해 속성화 프로세스가 수행되는지 여부를 확인해야 합니다. 여기에는 PSR 재실행(필요한 경우), 수요 그룹 지정, 크기, 측정 단위, 브랜드 및 등가 단위 확인 등이 포함됩니다.

참고: 콘텐츠 편집 및 카테고리 작업공간 페이지에 액세스하려면 속성 사용 권한을 설정해야 합니다.

관련 항목

『콘텐츠 편집 페이지 사용』

100 페이지의 『카테고리 작업공간 페이지 사용』

콘텐츠 편집 페이지 사용

이 태스크 정보

콘텐츠 편집 페이지에서 분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. 카테고리 관리자 페이지에서 사용자가 이동할 제품이 있는 UNCATEGORIZED 카테고리를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 **콘텐츠 편집**을 선택하십시오. **콘텐츠 편집** 페이지가 표시됩니다.

Attributed	Has Recent POS	Is Seasonal	Out Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size UOM
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00000000000585	UNKNOWN	DEFAULT_DEMAND_G...	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00000000000585BCDEF	UNKNOWN	DEFAULT_DEMAND_G...	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00000000000585ERTYU	ALLENS BLACKKEYES WITH SHAPS	DEFAULT_DEMAND_G...	15.5 OZ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00002700066696	UNKNOWN	DEFAULT_DEMAND_G...	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00007560201469	GOLDEN BATCH CREME WAFERS 3.5OZ	DEFAULT_DEMAND_G...	5.5 OZ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00007618316018	SNAPPLE DRINK 4PK/16OZ - Training1	DEFAULT_DEMAND_G...	4 PK
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00007618316363	SNAPPLE DRINK 4PK/16OZ - Training2	DEFAULT_DEMAND_G...	4 PK
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	UNCATEGORIZED	00007618316364	SNAPPLE DRINK 4PK/16OZ -	DEFAULT_DEMAND_G...	4 PK

2. 보고서 드롭 다운 메뉴에서 **모든 제품** 보고서를 선택하십시오.
3. **최적화** 카테고리 열에서 이동할 제품을 클릭하고 카테고리의 드롭 다운 목록에서 새 카테고리를 선택하십시오. 그러면 제품이 새 최적화 카테고리에 지정됩니다.



Select a new category for which to move the products from the UNCATEGORIZED category

4. **컨텐츠 편집** 페이지의 오른쪽 상단 모서리에서 **저장**을 클릭하십시오. 제품이 대상 카테고리, 기본 모델 그룹 및 새 최적화 카테고리에 대한 기본 모델 카테고리로 이동됩니다.

카테고리 관리자 페이지에서 새 대상 카테고리에 이동한 항목이 나열되는 것을 볼 수 있습니다. 사용자가 이동한 제품의 수를 기반으로 하여 대상 카테고리의 제품 수가 증가합니다.

카테고리 작업공간 페이지 사용

이 태스크 정보

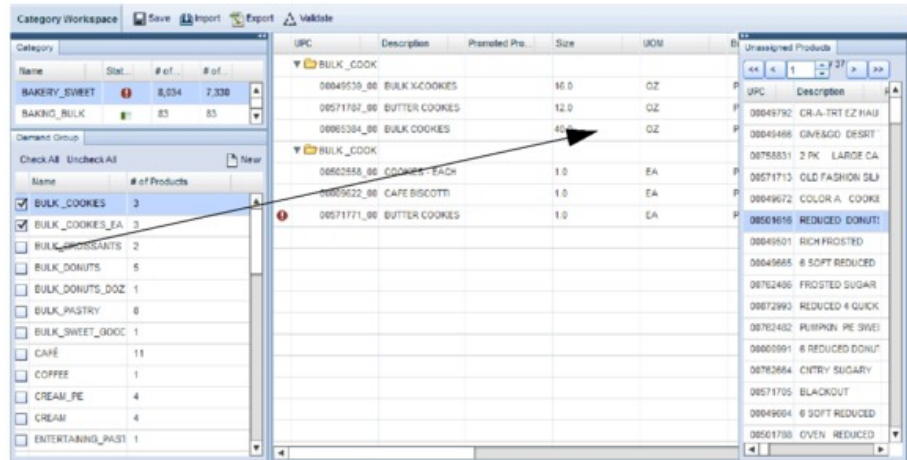
카테고리 작업공간 페이지에서 분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **카테고리 관리자** 페이지에서 사용자가 이동할 제품이 있는 UNCATEGORIZED 카테고리를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 **카테고리 작업공간**을 선택하십시오. **카테고리 작업공간** 페이지가 표시됩니다.

카테고리 패널에서 UNCATEGORIZED 카테고리가 강조표시되고 카테고리의 기본 수요 그룹에 저장된 이후의 모든 제품이 **지정되지 않은 제품** 패널에 나열됩니다.

Products in the UNCATEGORIZED category (and Default Demand Group) are listed in Unassigned Products



- 이동할 제품을 선택하고 각 제품을 지정되지 않은 제품 패널에서 카테고리 패널의 카테고리로 끌어 오십시오. 붉은 행 아래의 카테고리 위로 프로젝트 이름이 겹쳐 보이면 마우스 단추를 놓으십시오. 제품이 기본 수요 그룹 내의 대상 카테고리에 추가되고 제품의 수가 증가하는 것을 알 수 있습니다.

Name	Status	# of Products	# of unassign...
BAKERY_SWEET		8,034	7,330
BAKING_BULK		83	83
BAKING_MIXES_SYRUPS		7,356	6,657
BAKING_SUPPLIES_DECORATIO!		852	114
BALLOONS		77	77
BATH		216	56
BATTERIES_FLASHLIGHTS		197	51
BBQ		0	0
BEEF		777	777
BEEF_CHICKEN_PORK		0	0
BEER		0	0

You can select and drag a product from the Unassigned Products panel to a category in the Category panel. The product will be added to the category underneath the bolded line.

참고: 제품 상태 분석기가 실행 중이거나 제품 상태 분석기가 성공적으로 실행된 경우, 상태 열에서 카테고리에 오류가 있는지 여부를 확인하십시오. 마우스를 상태 표시기 아이콘 위로 이동하여 상태 메시지 또는 오류 번호를 참조하십시오.

- 선택한 대상 카테고리가 있으면 끌어서 놓기 기능을 사용하여 제품을 기본 수요 그룹에서 수요 그룹 패널 내의 특정 수요 그룹으로 이동할 수 있습니다.

이 페이지에 대한 자세한 정보는 136 페이지의 『카테고리 작업공간 페이지에서 콘텐츠 편집』의 내용을 참조하십시오.

제품 상태 분석기 실행

이 태스크 정보

제품 상태 분석기는 카테고리 내의 제품이 활성화 또는 중단 상태인지 식별합니다. 상태가 제품 정보에 표시됩니다. 활성화 및 중단 제품 모두 모델링되거나 활성화 제품만 예측에 포함됩니다. 최적화 프로세스 동안 중단 상태의 제품은 최적화된 가격을 수신하지 않습니다.

참고: SKU-상점 위치 파일을 선호되는 IBM Omni-Channel Merchandising으로 전송한 경우, 제품 상태 분석기를 실행할 필요가 없습니다. 이 상황에서 작업을 시작하지 않은 경우에는 작업이 실행되거나 기본적으로 상태 파일을 통해 로드된 상태 값이 업데이트되지 않습니다. 동작 겹쳐쓰기를 제어하기 위해 시스템 설정(PSR_Overrides_Status_Files)을 구성할 수 있습니다. 자세한 정보는 IBM 담당자에게 문의하십시오.

기본적으로 현재 제품 상태를 판별하기 위해 사용되는 기준은 다음과 같습니다.

- 항목이 계절 제품이면 지난 365일 내에 제품이 판매된 경우 항목이 활성화 상태입니다. 그렇지 않으면 중단 상태입니다.
- 항목이 계절 제품이 아닌 경우, 지난 90일 내에 제품이 판매된 경우 항목이 활성화 상태입니다. 그렇지 않으면 중단 상태입니다.

선택된 카테고리에 대해 제품 상태 분석기를 수동으로 실행하거나 하나 이상의 카테고리에 대해 설정된 시간 간격으로 작업 스케줄러에서 자동화된 프로세스를 실행할 수 있습니다.

수동으로 제품 상태 분석기를 실행하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 제품 상태 분석기를 실행할 카테고리를 클릭하십시오. 컨텍스트 메뉴가 표시됩니다.

- Export Data...
- Import Data...
- Run Equiv.Units...
- View Equiv.Unit Log...
- Test Product Status...
- Run Product Status...**
- View Prod.Status Details...
- View Product Category Changes...
- Category Breakdown
- Model Category Manager...
- Mark Category as Attributed
- Unmark Category as Attributed
- Edit Content
- Remove Empty Model Categories and Demand groups
- Rename
- Create Modeling Job...

3. 제품 상태 실행을 선택하십시오. 제품 상태 작업 로그 페이지에 제품 상태 프로세스 내의 모든 카테고리가 표시됩니다. 데이터가 상점/SKU 레벨로 표시됩니다.

Product Status Job Log

Actions: [Return To Category Manager](#) Report: [Product Status View Log](#) Search: #of Updates

Category	#of Updates	Job Start	Job Finish	Job Status
ARRANGEMENTS_BOUQUETS_BALLOONS	1981	Dec 8, 2007 12:31 AM	Dec 8, 2007 12:33 AM	Complete
BABY_ACCESSORIES		Dec 23, 2008 4:02 AM		Active
BEER_ILA		Oct 11, 2006 9:11 AM	Oct 11, 2006 10:29 AM	Complete
COOKIES_CRACKERS		Jun 22, 2006 2:09 PM	Jun 22, 2006 2:22 PM	Complete
HAIR_CARE	1	Mar 22, 2006 9:53 AM	Mar 22, 2006 9:56 AM	Complete
SNACK_NUTS	294	Mar 22, 2006 1:21 PM	Mar 22, 2006 1:24 PM	Complete
TEA	1103	Mar 31, 2006 11:47 AM	Mar 31, 2006 12:18 PM	Complete

4. F5를 누르거나 브라우저에서 새로 고치기 단추를 클릭하여 화면을 새로 고쳐서 작업 상태를 업데이트하십시오.
5. 일단 제품 상태 프로세스가 완료되면 작업 상태 열의 작업 상태가 완료로 변경되고 상태 업데이트(활성에서 중단으로, 또는 중단에서 활성으로)의 수가 업데이트 수 열에 표시됩니다.

Number of updates Job status

Product Status Job Log				
Actions: Return To Category Manager		Report: Product Status View Log <input type="button" value="Edit"/>	Search: <input type="text"/> <input type="button" value="Find"/>	
Category	# of Updates	Job Start	Job Finish	Job Status
ARRANGEMENTS_BOUQUETS_BALLOONS	196	Dec 8, 2007 12:31 AM	Dec 8, 2007 12:33 AM	Complete
BABY_ACCESSORIES		Dec 23, 2008 4:02 AM		Active
BEER_M_A		Oct 11, 2006 9:11 AM	Oct 11, 2006 10:29 AM	Complete
COOKIES_CRACKERS		Jun 22, 2006 2:09 PM	Jun 22, 2006 2:22 PM	Complete
HAIR_CARE	1	Mar 22, 2006 9:53 AM	Mar 22, 2006 9:56 AM	Complete
SNACK_NUTS	294	Mar 22, 2006 1:21 PM	Mar 22, 2006 1:24 PM	Complete
TEA	1103	Mar 31, 2006 11:47 AM	Mar 31, 2006 12:18 PM	Complete

6. (활성에서 중단으로, 또는 중단에서 활성으로) 상태를 변경한 카테고리 내의 제품을 보려면 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **제품 상태 세부사항 보기**를 선택하십시오. **제품 상태 변경 세부사항** 페이지가 열립니다.

Old status New status

Product Status Change details		
Actions: View Log		Report: Product Status Change Approval <input type="button" value="Edit"/>
Category: ARRANGEMENTS_BOUQUETS_BALLOONS		Search: New Status <input type="text"/> <input type="button" value="Find"/>
Old Status	New Status	Product Name
Active	Discontinued	ASC 9" CLASSICO BUDVASE
Active	Discontinued	FRSH BQT HOT COLORS
Active	Discontinued	FRSH BQT HOT COLORS
Active	Discontinued	FRSH BQT HOT COLORS
Active	Discontinued	BULK70CM MAJESTIC ROSE ASST
Active	Discontinued	BULK70CM MAJESTIC ROSE ASST
Active	Discontinued	BULK70CM MAJESTIC ROSE ASST
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRESH BQT PASSOVER CELEBRATION
Active	Discontinued	FRSH BQT DOZ ROSE 60/40 50CM
Active	Discontinued	FRSH BQT DOZ ROSE 60/40 50CM

7. 로그 보기를 클릭하여 **제품 상태 작업 로그** 페이지로 돌아가십시오.

제 6 장 모델링을 위한 속성화

속성화는 본질적으로 제품 정보 파일(PIF) 내의 제품에 수요 그룹, 크기, 측정 단위 및 기타 속성을 지정하는 것과 연관됩니다. 이 프로세스는 수요 모델링을 위해 제품 카테고리를 준비합니다.

관련 항목

『PIF 내보내기』

110 페이지의 『컨텐츠 및 속성 편집』

126 페이지의 『PIF 가져오기』

129 페이지의 『최종 검사 수행』

140 페이지의 『수요 그룹 관계 작성』

146 페이지의 『카테고리를 속성화됨으로 표시』

150 페이지의 『모델러에 알림』

151 페이지의 『수요 그룹을 새 제품에 자동 지정』

PIF 내보내기

제품 정보를 제품 정보 파일(PIF)이라는 Microsoft Excel 파일로 내보내어 제품을 속성화할 수 있습니다. PIF는 OpenLink에서 내보내어 조작된 다음 다시 OpenLink로 가져옵니다. 제품 데이터베이스의 현재 값이 PIF의 속성 열을 채우며 사용자가 이를 편집할 수 있습니다. 누락 값이 있는 열은 공백으로 표시되며 이 공백에 사용자가 자신의 값을 입력할 수 있습니다. 내보낸 후에는 데이터 무결성 및 가져오기 제한으로 인해 Excel 파일에서 PIF 열 구조를 변경하지 않는 것이 중요합니다. 속성 열에 대한 자세한 정보는 111 페이지의 『속성 테이블』의 내용을 참조하십시오.

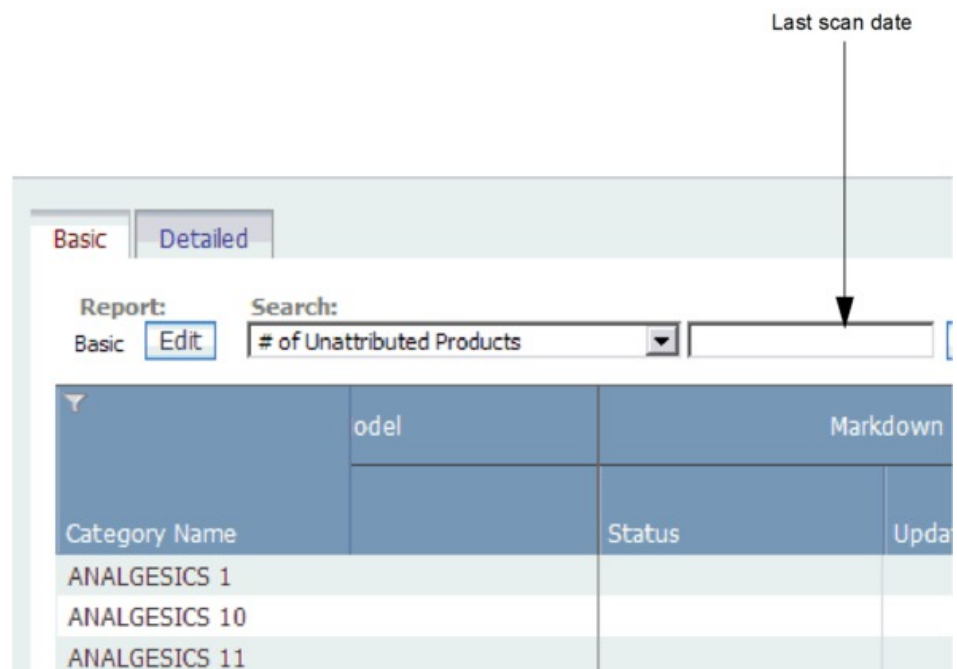
제품 속성 열을 선택하여 PIF 출력에서의 순서를 결정할 수 있습니다. 선택된 속성 열도 **컨텐츠 편집** 페이지에 표시됩니다. 선택된 속성 열은 선택사항으로 간주되고 모델링에 필요하지 않습니다. 예를 들어, 브랜드 클래스 및 크기 클래스 등의 열은 기본적으로 IBM Price Optimization 규칙에 사용되며 Level1Code/Descr 열은 종종 수요 그룹 설정에 참조로 사용되는 고객 제품 계층 구조 레벨입니다.

PIF 내보내기 프로세스의 일부로 라인 그룹, 크기 클래스 및 크기 제품군에 제품을 자동으로 지정할 수 있습니다. 또한 기존 값을 유지하기로 선택한 경우, 제품이 기존 그룹에 추가됩니다. 모든 기존 할당은 유지됩니다. 기존 값을 유지하지 않으면 브랜드, 측정 볼륨 및 기본 비용/가격을 사용하여 새 라인 그룹이 작성됩니다. 크기 관계는 제품 이름/설명, 브랜드 및 측정 볼륨을 사용하여 작성됩니다.

이 기능은 애플리케이션에 미리 지정된 값이 없으며 사용자가 처음으로 라인 또는 크기 관계를 설정하는 경우에 가장 유용합니다. 자세한 정보는 109 페이지의 『라인 그룹 및 크기 관계 자동 지정』의 내용을 참조하십시오. **카테고리 관리자** 페이지의 **제품 관계 지정** 마우스 오른쪽 단추 클릭 메뉴 옵션을 선택하여 제품을 지정할 수도 있습니다.

참고: 내보내기 전에, 다음을 확인하십시오.

- 제품 상태 분석기가 실행되고 있습니다.
- 마지막 스캔 날짜가 최근입니다. **카테고리 관리자(OpenLink > 카테고리 관리자)** 페이지의 **마지막 스캔** 열에서 마지막 스캔 날짜를 확인할 수 있습니다.



- 마지막 요약 통계 실행 날짜가 최근입니다. 요약 통계에는 판매 및 볼륨 등에 대한 통계가 포함됩니다. 요약 통계가 최근에 실행되지 않은 경우, 하나 이상의 카테고리에 대해 작업 스케줄러에서 자동화된 프로세스로 이를 업데이트할 수 있습니다.

참고: 요약 통계는 처음에 일단 작업 스케줄러로부터 실행되어야 합니다. 이 전체 실행이 2년 간의 POS 데이터를 기반으로 하여 요약 통계를 업데이트합니다. 후속적으로 각 새 POS 데이터가 로드될 때마다 자동으로 업데이트되며 작업을 스케줄링할 필요가 없습니다. **카테고리 관리자(세부사항 탭의 OpenLink > 카테고리 관리자)** 페이지의 **마지막 요약 통계 실행** 열에서 마지막 요약 통계 실행 날짜를 볼 수 있습니다.

Last Summary
Statistics run date

Category Name	Category Type	Total # of Products	Product Moving Category	Last Summary Stats Run	Last Scan	Min Weeks to Retire Link	Total # of Linked New Products	Total # Inv L
ARRANGEMENTS_BOU...	Modeled	1578		Aug 31, 2006	Jan 6, 2007		0	
AUDIO_VIDEO_HOME_...	Modeled	133		Aug 10, 2006	Jan 6, 2007		0	
AUTOMOTIVE_GH	Modeled	171		Jan 9, 2007	Jan 6, 2007		0	
AUTOMOTIVE_WHSE	Modeled	26		Jan 9, 2007	Jan 6, 2007		0	
BABYFOOD_FORMULA...	Modeled	876		Jan 10, 2007	Jan 6, 2007		0	
BABY_ACCESSORIES	Modeled	322		Aug 2, 2006	Jan 6, 2007		0	
BABY_NEEDS	Modeled	222		Jul 14, 2006	Jan 6, 2007		0	
BACON	Modeled	170		May 9, 2006	Jan 6, 2007		0	
BAKED_GOODS_FROZEN	Modeled	243		Sep 18, 2006	Jan 6, 2007		0	
BAKERY_SWEET	Modeled	880		Nov 22, 2006	Jan 6, 2007		0	
BAKING_BULK	Modeled	83		Jan 9, 2007	Jan 6, 2007		0	
BAKING_MIXES_SYRUPS	Modeled	766		Oct 2, 2006	Jan 6, 2007		0	
BAKING_GIDDIES_DF	Modeled	657		Jul 2, 2006	Jan 6, 2007		0	

관련 항목

111 페이지의 『속성 테이블』

109 페이지의 『라인 그룹 및 크기 관계 자동 지정』

『Excel로 PIF 내보내기』

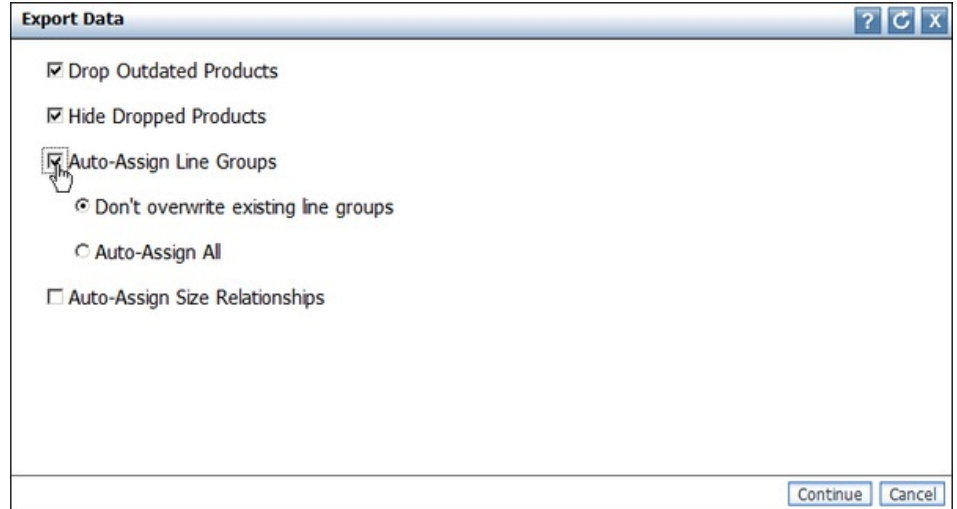
Excel로 PIF 내보내기

이 태스크 정보

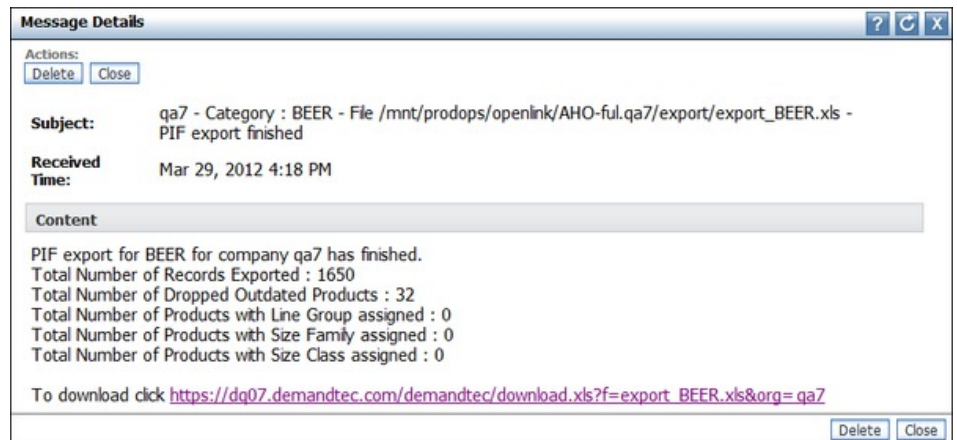
PIF를 내보내려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 내보낼 카테고리를 클릭하고 **데이터 내보내기**를 선택하십시오. **데이터 내보내기** 대화 상자에 기본적으로 설정된 **구형 제품 삭제** 및 **삭제된 제품 숨기기** 옵션이 함께 표시됩니다.
3. 모델링 작업에서 구형 제품을 제거하려면 **구형 제품 삭제**가 선택된 상태로 유지하십시오. 이러한 제품은 파일 내보내기에 포함되지 않습니다. 구형 제품은 모델링 기간(기본적으로 14주) 전에 마지막으로 스캔된 제품입니다. 선택란을 지우면 카테고리에 지정된 모든 제품을 내보내고 상태가 변경되지 않습니다.
4. 내보낸 PIF의 카테고리로부터 삭제된 제품을 제거하려면 **삭제된 제품 숨기기**가 선택된 상태로 유지하십시오. 이 선택란을 지우면 이전에 삭제된 제품이 내보낸 PIF 파일에 포함됩니다.



5. 제품 데이터베이스에서 라인 그룹, 크기 클래스 및 크기 제품군으로 제품을 지정하려면 라인 그룹 자동 지정 또는 크기 관계 자동 지정 선택란 또는 둘 다를 설정하십시오. 기존 지정을 유지하고 제품을 기존 그룹에 지정하려면 기존 라인 그룹을 겹쳐쓰지 않음을 설정하십시오. 기존 라인 그룹 정보를 버리고 모든 라인 그룹을 자동 생성하려면 모두 자동 지정을 선택하십시오. OpenLink가 제품 속성 및 POS 통계를 기반으로 하여 새 라인 또는 크기 관계를 작성합니다.
6. 계속을 클릭하십시오. PIF가 내보내기를 완료하면 경고를 수신하도록 가입한 경우, 자동화된 이메일이 사용자의 이메일 계정(PIF를 내보낸 사용자) 또는 애플리케이션의 오른쪽 맨 위에 있는 경고 받은 편지함 또는 둘 다에 전송됩니다. 이메일에는 PIF에 대한 링크가 포함됩니다. 경고 가입에 대한 자세한 정보는 26 페이지의 『경고 받은 편지함』의 내용을 참조하십시오.



7. PIF를 다운로드하여 열려면 링크를 선택하십시오.

라인 그룹 및 크기 관계 자동 지정

카테고리 관리자 페이지의 제품 관계 지정 옵션을 선택하거나 PIF 내보내기 프로세스의 일부로 라인 그룹, 크기 클래스 및 크기 제품군에 제품을 자동으로 지정할 수 있습니다. 이 기능에 대한 일반적인 개요는 105 페이지의 『PIF 내보내기』의 내용을 참조하고 데이터 내보내기 대화 상자에서 이 기능을 사용하는 방법에 대한 지시사항은 107 페이지의 『Excel로 PIF 내보내기』의 내용을 참조하십시오.

참고: PIF 내보내기에서 라인 또는 크기 관계가 자동으로 지정되면 해당 값으로 데이터베이스가 업데이트되고 PIF가 해석됩니다. 권장되는 값을 지우거나 변경하려면 PIF에서 편집한 다음 PIF를 가져와야 합니다. 그러면 데이터베이스가 업데이트됩니다. 카테고리 관리자로부터 이 프로세스를 실행하면 데이터베이스도 업데이트됩니다. 권장되는 값을 제거하거나 변경하려면 콘텐츠 편집 페이지에서 편집한 다음 보고서를 저장해야 합니다.

브랜드, 측정 볼륨 및 기본 비용/가격을 사용하여 새 라인 그룹이 작성됩니다. 크기 관계는 제품 이름/설명, 브랜드 및 측정 볼륨을 사용하여 작성됩니다. 다음은 라인 그룹 및 크기 관계가 지정되는 방법 뒤의 로직에 대한 설명입니다.

- 라인 그룹 - 두 제품이 동일한 브랜드, 유사한 비용(최대 5%의 변형) 및 유사한 볼륨(최대 2%의 변형)을 가진 경우에 동일한 라인 그룹에 배치됩니다.
- 크기 제품군 - 두 제품이 동일한 브랜드 및 유사한 제품 설명을 가진 경우에 동일한 크기 제품군에 배치됩니다. 제품 설명은 다음 단계를 사용하여 일치됩니다.
- 각 제품 설명이 유효한 단어 목록으로 구분됩니다. 유효한 단어는 브랜드 또는 측정 단위가 아닌 단어입니다. 길이가 ≥ 3 이거나 *, % 등의 특수 문자는 제거됩니다.
- 제품 사이의 유효한 단어는 "유사 항목 일치"가 적용됩니다. 유사 항목 일치란 단어에 대한 자연어 처리입니다. 기본적으로 MILK를 MLK 등과 일치시킵니다.
- 점수가 ≥ 2 인 한 각 제품에 대한 최선의 일치 점수가 선택됩니다. 예를 들어, 제품 설명 사이에서 두 단어 이상이 일치하는 경우입니다. 브랜드도 일치해야 합니다.
- 크기 클래스 - 크기 클래스는 크기에서 10% 내의 변형이 있는 크기 제품군 내에 지정됩니다. 예를 들어, 크기 제품군에 크기가 2, 4, 8인 세 제품이 있으면 각각 소형, 중형 및 대형을 지정합니다. 20, 40, 80인 경우에도 여전히 동일한 방법으로 지정합니다. 20, 40이면 각각 소형 및 대형을 지정합니다. 2, 4, 8, 16인 경우, 각각 매우 소형, 소형, 대형, 매우 대형을 지정합니다. 중형 크기는 크기 제품군 내의 제품 수가 홀수인 경우에만 지정됩니다.

관련 항목

105 페이지의 『PIF 내보내기』

107 페이지의 『Excel로 PIF 내보내기』

컨텐츠 및 속성 편집

PIF 속성화는 본질적으로 PIF 내의 제품에 수요 그룹, 크기, 측정 단위 및 기타 속성을 지정하는 것과 연관됩니다. 또한 일관성을 유지하고 오류를 정정하기 위해 PIF에서 컨텐츠를 편집하고 정화합니다. 이러한 작업은 정확한 모델링을 도와 줍니다.

참고: PIF에서 어떤 열을 삭제하지 않는 것이 중요합니다. 추가하는 어떤 열도 인식되지 않으며 모델링 프로세스에서 무시됩니다.

참고: PIF는 Markdown Optimization에는 필요하지 않습니다.

관련 항목

『PIF에 익숙해지기』

111 페이지의 『속성 테이블』

114 페이지의 『카테고리 이해』

115 페이지의 『제품 삭제』

116 페이지의 『수요 그룹 구조 채우기』

117 페이지의 『크기 및 UOM 동등화』

118 페이지의 『브랜드 이름 정화』

118 페이지의 『Everyday Price Optimization and Everyday Price Management 속성』

PIF에 익숙해지기

제품 정보 파일(PIF)은 모델링 프로세스에 필요한 제품 속성 정보를 포함하는 Excel 스프레드시트입니다. 이는 컨텐츠를 속성화하기에 편리한 형식입니다.

PIF의 열 머리글 접두부는 모델링 또는 최적화 데이터베이스와 같은 정보의 이동 방향을 표시합니다. 정보가 동시에 두 영역으로 이동하는 경우도 있습니다.

다음은 내보낸 PIF의 예입니다.

1	Ref UPC	Ref Customer Pro	Included in Model	Model Category	Description	MC Demand Group	Demand Group
2	00004690000102	00004690000102	Yes	CANNED BEANS	RANCH STYLE BEANS		STHWST_BEAN
3	00001119438166	00001119438166	No	CANNEDDRYSOA	S&W OVEN BKD BEANS		BAKED_BEANS
4	00001119438489	00001119438489	No	CANNEDDRYSOA	S W CHILI BEANS		CHILI_BEANS
5	00001119438588	00001119438588	No	CANNEDDRYSOA	S W BBO TX RANCH STYLE BE		STHWST_BEAN
6	00001119438596	00001119438596	No	CANNEDDRYSOA	S W MAPLE SUGAR BEANS		BAKED_BEANS
7	00001119439164	00001119439164	No	CANNEDDRYSOA	S&W CECI BEANS (CHK PS)		CHICK_PEAS
8	00001119439305	00001119439305	No	CANNEDDRYSOA	S W CHICK PEAS CECI BEANS		CHICK_PEAS
9	00001300045160	00001300045160	Yes	CANNEDDRYSOA	HEINZ VEGETARIAN BEANS		BAKED_BEANS
10	00001760008802	00001760008802	Yes	CANNEDDRYSOA	CASA FIESTA REFRIED BEANS		REFRIED_BNS
11	00002000010967	00002000010967	Yes	CANNEDDRYSOA	GRN GIANT BLACK BEANS FRL		BLACK_BEANS
12	00002000011174	00002000011174	Yes	CANNEDDRYSOA	GREEN GIANT RED BEANS		RED_BEANS
13	00003470041410	00003470041410	Yes	CANNEDDRYSOA	ALLEN DARK RED KIDNEY BEA		KIDNEY_BEANS
14	00003470042317	00003470042317	Yes	CANNEDDRYSOA	ALLEN BAKED BEANS		BAKED_BEANS
15	00003470042417	00003470042417	Yes	CANNEDDRYSOA	ALLEN BAKED BEANS		BAKED_BEANS
16	00003470058410	00003470058410	Yes	CANNEDDRYSOA	ALLEN S PURPLE HULL PEAS		BLACKEYD_PS
17	00003470059410	00003470059410	Yes	CANNEDDRYSOA	ALLEN S CROWDER PEAS		BLACKEYD_PS
18	00003470062410	00003470062410	Yes	CANNEDDRYSOA	ALLEN S BLACKEYES WITH SN		BLACKEYD_PS
19	00003470081410	00003470081410	Yes	CANNEDDRYSOA	ALLEN LIGHT RED KIDNEY BEA		KIDNEY_BEANS
20	00003639350100	00003639350100	Yes	CANNEDDRYSOA	GLORY FOODS BLACK EYED P		BLACKEYD_PS
21	00003639350400	00003639350400	Yes	CANNEDDRYSOA	GLORY FOODS SSSND GRT NRT		SOUPBEANS
22	00003639350500	00003639350500	Yes	CANNEDDRYSOA	GLORY FOODS SEASONED FLI		BLACKEYD_PS
23	00003639350600	00003639350600	Yes	CANNEDDRYSOA	GLORY FOODS SEAS FLD PS V		BLACKEYD_PS
24	00003639350800	00003639350800	Yes	CANNEDDRYSOA	GLORY FOODS SEASONED BTI		BUTTER_BEAN
25	00003940001368	00003940001368	Yes	CANNEDDRYSOA	BUSH S FRESH BLACKEYE PE		BLACKEYD_PS

참고: 참조로 명명된 열 접두부는 정보가 참조용이며 반드시 변경할 필요는 없음을 표시합니다.

관련 항목

『속성 테이블』

속성 테이블

속성 열 설명, 허용 가능한 값 및 PIF에 사전에 채워진 데이터의 소스를 보려면 다음 표를 참조하십시오. 강조표시된 행은 편집 가능하거나 PIF에서 완료되어야 하는 속성을 표시합니다.

속성 이름	속성 설명	카테고리에 대해 허용 가능한 값 - PIF 완료 방법	데이터 소스 - 사전에 채워진 데이터의 소스
참조 UPC	소매업체의 UPC	변경하지 않음	소매업체가 정의한 대로의 UPC
참조 고객 제품 키	소매업체 제품 번호 지정 시스템입니다. 사용할 수 없으면 UPC가 기본값이 됩니다.	변경하지 않음	맵에서 정의된 대로의 UPC 또는 소매업체 ID
승인되지 않음	카테고리가 마지막으로 모델링된 이후에 새 제품에 자동 지정된 수요 그룹이 승인되었는지 여부를 표시합니다(151 페이지의 『수요 그룹을 새 제품에 자동 지정』 참조).	예 또는 아니요	수요 그룹 열 내의 모델 수요 그룹입니다. 승인 전에 다른 수요 그룹으로 변경될 수 있습니다. 자동 지정된 제품을 보기 위한 수요 그룹에 제품 자동 지정 사용 권한이 있는 경우에만 표시됩니다.

자동 지정된 날짜	수요 그룹이 새 제품에 자동 지정된 날짜입니다 (151 페이지의 『수요 그룹을 새 제품에 자동 지정』 참조).	변경하지 않음	수요 그룹은 새 제품의 속성을 기존 수요 그룹과 맞추는 방법을 기반으로 하여 자동 지정됩니다. 자동 지정된 제품을 보기 위한 수요 그룹에 제품 자동 지정 사용 권한이 있는 경우에만 표시됩니다.
모델에 포함됨	제품이 가격/판촉 모델링에 포함되어야 하는지 여부를 표시합니다.	예 또는 아니오(제품에 대한 모델 상태가 중단된 경우)	제품의 모델 상태
설명	매일 가격 관리에 전송되는 제품 설명	숫자/영문자	소매업체 설명입니다. 소매업체에 설명이 틀 이상인 경우, 맵을 확인하십시오.
수요 그룹	대체 가능성이 높은 제품의 컬렉션	영숫자이며 최대 50자입니다.	기본값은 DEFAULT_demand 그룹입니다.
크기	소매업체/부서/카테고리 레벨에서 모델링에 사용할 크기(측정 볼륨)입니다. 이 크기는 추론될 수 있습니다.	숫자. 무료 또는 보너스 제품인 경우, 기본 크기 + 무료 양이 포함됩니다. (크기 클래스 코드가 무료 제품에 대한 기본 제품 VOM으로 그룹화되는지 확인하십시오.)	소매업체의 제품 파일
UOM	소매업체/카테고리 레벨에서 모델링 및 최적화에 사용되는 측정 단위입니다. UOM은 수요 그룹 내에서 일관적이어야 합니다.	알파벳 CT, OZ, LOAD, SHEET, LB	소매업체의 제품 파일
브랜드	모델링에 사용될 수정되거나 추론된 브랜드입니다. 브랜드는 PIF 또는 OpenLink 카테고리 분석 페이지에서 간소화될 수 있습니다.	알파벳, 특수 문자(&, /, *) 제외	소매업체의 제품 파일
제조업체	제품의 사용자 정의 제조업체입니다. PIF 또는 콘텐츠 편집 화면에서 정의될 수 있습니다.	알파벳, 특수 문자(&, /, *) 제외	해당사항 없음

참조 DT 상태	제품 상태 분석기 규칙의 결과를 집계하여 판별됩니다. 제품이 임의의 위치에서 스캔되면 Ref_DT_Status가 활성 상태입니다.	변경하지 않음	제품 상태 분석기의 결과(실행 중인 경우에 한함)
참조 고객 상태	소매업체에서 전송될 때의 제품 상태	변경하지 않음	소매업체의 위치 상태 파일: 값이 전송되지 않은 경우 기본값이 ACTIVE임
참조 현재 소매	지난 12개월 동안 모든 상점에 걸친 현재 소매 가격의 평균(로드된 경우에 한함)	변경하지 않음	소매업체의 POS 스캔 데이터
참조 평균 스캔 가격	POS 데이터에서 파생된 지난 12개월 동안의 볼륨 가중치가 적용된 평균 스캔 가격	변경하지 않음	소매업체의 POS 스캔 데이터
UOM당 참조 가격	참조 평균 스캔 가격/크기	변경하지 않음	해당사항 없음
참조 비용	POS 데이터에서 파생된 지난 12개월 동안의 볼륨 가중치가 적용된 평균 스캔 가격	변경하지 않음	소매업체의 POS 스캔 데이터
참조 평균 주간 볼륨	체인 레벨에서 모든 상점에 걸쳐 지난 12개월 동안의 평균 주간 볼륨입니다. IBM Omni-Channel Merchandising에 주간에 대한 레코드가 없으면 볼륨이 0으로 개수되지 않습니다.	변경하지 않음	소매업체의 POS 스캔 데이터
참조 수익 합계	제품의 수익 합계	변경하지 않음	소매업체의 POS 스캔 데이터
참조 첫 번째 스캔 날짜	(모든 상점에 걸쳐) 카테고리 내의 제품이 처음 스캔된 시간	변경하지 않음	소매업체의 POS 스캔 데이터
참조 마지막 스캔 날짜	(모든 상점에 걸쳐) 카테고리 내의 제품이 마지막으로 스캔된 시간입니다. 2003년 1월 20일 월요일에 마지막 POS 파일이 수신되었으며 제품이 수신된 마지막 시간이 2003년 1월 10일 금요일인 경우, 마지막 스캔 날짜는 2003년 1월 10일입니다.	변경하지 않음	소매업체의 POS 스캔 데이터

참조 고객 레벨 1 설명 - 레벨 6 설명	참조 고객 레벨 1 - 레벨 6 코드에 대한 설명입니다. 고객의 계층 구조가 수요 그룹 구조를 에뮬레이트하는 경우가 있으므로 수요 그룹 이름 지정에 매우 유용합니다.	변경하지 않음	소매업체 제품 데이터
속성	제품이 속성을 가지고 있는지 아닌지 표시합니다.	1 - 예 0 - 아니오	제품의 속성화 상태입니다. 제품 카테고리가 카테고리 관리자 페이지에서 속성화로 표시된 경우 또는 콘텐츠 편집 페이지에서 제품에 대해 속성화된 열이 이미 설정된 경우에 채워집니다.
참조 제품 ID	지정된 고유 SKU ID	변경하지 않음	시스템에 의해 생성됨
참조 제품 카테고리	소매업체의 카테고리 이름	변경하지 않음	소매업체 제품 데이터

관련 항목

151 페이지의 『수요 그룹을 새 제품에 자동 지정』

카테고리 이해

제품과 카테고리를 이해하려면 전체 PIF를 검토하십시오. 이는 제품에 대한 등가 단위, 크기, 고객 구매 습관 등에 대해 알 수 있는 좋은 방법입니다. 연구에 다음 자원을 사용할 수 있습니다.

- 카테고리 관리자 인터뷰 - 카테고리 관리자는 중요한 정보 소스입니다. 속성화 프로세스를 시작하기 전에 상점 연습 또는 카테고리 관리자 인터뷰를 수행하는 것은 카테고리에 대해 이해할 수 있는 좋은 방법입니다. 이 방법은 카테고리 내의 제품을 이해하고 제품 배치를 파악하고 알 수 없는 제품 또는 새 제품을 식별하는 데 도움이 됩니다.
- 상점 연습 - 상점 연습은 특히 하위 카테고리 구조가 필요한 경우에 몇 가지 중요한 정보를 제공합니다. 카테고리 관리자와 함께 작업함으로써 최적화 전략 및 가격을 최적화하는 방법에 대해 이해할 수 있습니다.
- 월드 와이드 웹 - 다음 웹 사이트에서는 유용한 환경 설정 및 의사결정 트리뿐만 아니라 사용자 매뉴얼, 등가 단위 세부사항 등의 제품 정보를 제공합니다.
- UPCdatabase.com
- 사용자의 회사의 웹 사이트

- 제조업체의 웹 사이트
- 사용자가 선택한 검색 엔진(Google, Yahoo!, MSN 등)에 입력한 특정 UPC

제품 삭제

모델링 및 최적화 프로세스 동안 비활성이거나 오래된 제품을 무시하도록 삭제할 수 있습니다. PIF에서 제품을 삭제하는 것은 최적화 작업이 아니므로 삭제할 제품에 대한 값을 PIF에 입력하기만 하면 됩니다.

제품은 일반적으로 다음과 같은 이유로 PIF에서 삭제됩니다.

- PIF의 모든 제품을 속성화할 필요가 없습니다. OpenLink는 POS 데이터에 관계없이 소매업체의 제품 파일의 모든 제품을 내보내므로 제품이 PIF에 있거나 모델링 또는 최적화 프로세스에서 결코 사용되지 않는 경우가 있습니다. PIF에서 이러한 중요하지 않은 제품을 식별하려면 다음 제품을 찾으십시오.
- 참조 고객 상태 또는 참조 DT 상태 = 중단됨
- 마지막 스캔 날짜 > 카테고리에 대한 마지막 스캔의 90일 이전
- 평균 주간 볼륨이 한 단위 이하
- 제품은 종종 판매할 수 없습니다. 즉, 소매업체에서 보충 목적으로 판매할 수 없는 제품을 제품에 나열하는 경우가 있습니다. 소책자, 전시 항목 및 운송업체 등의 항목은 PIF에 포함되나 판매되지 않으며 공유 모델에 영향을 미치지 않으므로 속성화할 필요가 없습니다.
- 제품 설명이 UPC를 식별하기에 충분하지 않아서 가끔 제품을 식별할 수 없는 경우가 있습니다. PIF에는 활성 및 중단된 제품이 둘 다 포함되므로 어떠한 웹 사이트를 통해서도 UPC를 찾을 수 없는 가끔 경우가 있습니다. 이 문제점이 발생하면 고객 상태 필드를 검토하십시오. 중단되면 제품을 삭제하십시오.

제품을 삭제하려면 모델에 포함됨 열에 아니오를 입력하십시오. 그러면 모델링 프로세스가 제품을 무시하도록 트리거되므로 해당 제품을 최적화 프로세스에서도 제거합니다.

C
Included in Model
Yes
No
No
No
No
No
No

← Enter No in the Included in Model column

PIF를 가져올 때 삭제된 모든 제품이 자동으로 DROPPED_FROM_MODELING 수요 그룹으로 이동됩니다. 단, 사용자가 이 시스템 설정을 사용하도록 설정한 경우에 한합니다. 제품이 PIF 내의 이 수요 그룹으로 수동으로 이동된 경우, PIF 가져오기 수행 시 모델에 포함됨이 자동으로 아니오로 설정됩니다. 이 시스템 설정을 사용으로 설정하지 않으면 삭제된 제품이 기존 수요 그룹에 여전히 남아 있게 됩니다.

참고: 삭제된 제품을 IBM Price Optimization 및 IBM Price Management의 규칙 그룹 및 가격 책정 동작에 정기적으로 포함시키는 경우, 삭제된 제품을 DROPPED_FROM_MODELING 수요 그룹으로 자동으로 이동하기 위한 시스템 설정을 사용으로 설정하지 마십시오. 이러한 제품을 DROPPED_FROM_MODELING 수요 그룹 및 NON_MODELED 모델 카테고리에 자동으로 지정하면 규칙 그룹 내의 다른 제품의 지정에 따라 규칙 위반이 발생할 수 있기 때문입니다.

나중에 PIF의 모델에 포함됨 열에서 아니오를 예로 변경하여 제품을 모델링 프로세스에 포함시키도록 선택하는 경우에는 제품에 대해 새 수요 그룹을 지정해야 합니다. 수요 그룹이 없는 제품은 새 제품과 함께 기본 수요 그룹에 자동으로 지정됩니다.

수요 그룹 구조 채우기

수요 그룹은 대체 가능성이 높은 제품의 그룹입니다. 그룹 내 한 항목의 가격 및 판촉은 다른 항목의 수요에 직접적으로 영향을 미칩니다. 수요 그룹 이름은 최대 50자까지 가능합니다. 수요 그룹의 예에는 LARGE EGGS, EGGS SUBSTITUTE 및 DIET SOFT DRINKS 등이 있습니다. PIF의 수요 그룹 열에서 수요 그룹을 지정할 수 있습니다.

제품으로 수요 그룹을 채우기 전에 다음을 고려하십시오.

- 계절 제품은 자체 수요 그룹 내에 있어야 합니다.
- 제품은 유사한 크기여야 합니다. 테스트용 크기 및 덕용 크기(매우 큼) 제품은 자체 수요 그룹 내에 있어야 합니다.
- 제품의 대체 가능성이 높기 때문에 가격이 유사해야 합니다.
- 고려사항: 제품이 선반에서 구매되는 방법 - 고객이 구매 결정을 내릴 때 고려하는 요소
- 고려사항: 한 제품을 판촉할 때 합병되는 제품
- 평균 고객이 사용자의 상점에서 사용자의 카테고리를 쇼핑하는 방법을 늘 명심하십시오.

다음은 PIF에서 수요 그룹을 채울 때의 몇 가지 우수사례입니다.

- "수요 그룹" 필드에 수요 그룹 채우기

- 도움을 줄 사용자 정의 필터 사용
- 사용자의 REF 레벨 필드(제품 계층 구조) 정보 사용
- 가치 있는 정보를 나란히 놓도록 PIF에서 열을 이동하거나 숨기기

수요 그룹 이름을 입력할 때의 규칙:

- 최대 50자
- 영숫자 문자만 가능
- 수요 그룹 이름은 모두 대문자여야 함
- 소형 수요 그룹에 대한 옵션:
- 가장 일반적인 규칙은 수요 그룹이 15-50 사이의 제품을 포함해야 한다는 점입니다.
- 가능한 한 단일-제품 수요 그룹을 피하십시오.
- 접미부를 사용하여 수요 그룹을 구분하십시오.
- PRM = 프리미엄(예: LOTION_PRM)
- ECON = 경제형(예: LOTION_ECON)
- TS = 테스트용 크기(예: LOTION 대 LOTION_TS)
- IND = 덕용 또는 큰 크기(예: TOMATO_SAUCE 대 TOMATO_SAUCE_IND)

크기 및 UOM 동등화

데이터 제공업체의 크기 및 측정 단위(UOM) 정보가 항상 모델링 프로세스에 사용될 수 있는 것은 아닙니다. 모델링에 올바른 크기 및 측정 단위를 적용하려면 소비자 동작을 이해해야 합니다. 예를 들어, 막대 사탕에 대한 데이터는 다음과 같습니다.

- 허쉬 아몬드 바 6oz
- 밀키웨이 바 5.3oz
- 3M 바 6.2oz

소비자가 각 막대 사탕에 대해 온스당 지불을 하는 것은 아닙니다. 대신 한 개의 막대 사탕을 선택합니다. 따라서 크기는 1이어야 하며 UOM은 개수(CT)여야 합니다.

또 다른 예에서 세탁 세제에 대한 데이터는 다음과 같습니다.

- 타이드 128온스(32회분), \$9.99
- 타이드 울트라 64온스(32회분), \$9.99
- 타이드 64온스(16회분), \$5.99

소비자가 패키지 내의 온스에 대해 지불하는 것은 아닙니다. 대신 각 제품에 의해 완료되는 회분 수에 대해 지불합니다. 크기 및 측정 단위를 회분 수로 변경하면 제품을 동등화할 수 있으며 가격에 대해 상대적인 크기/UOM이 더욱 의미를 갖게 됩니다.

수요 그룹 내의 두 UOM이 선호되지는 않지만 가끔 필요한 경우가 있습니다. 예를 들어, 손톱 광택제 리무버는 온스 및 개수 UOM이 둘 다 있습니다. 각 UOM에서 제품 분포가 공정하면 반드시 문제가 발생하지는 않습니다. 모델링 프로세스가 각 UOM에 고유 등가 가치를 지정합니다. 그러나 한 UOM 값의 샘플이 충분하지 않으면 해당 UOM의 중앙 가격이 왜곡될 수 있습니다.

브랜드 이름 정화

일관적인 브랜드 규칙을 보장하기 위해 속성화 프로세스에서 브랜드 할당은 매우 중요합니다. 다음 예와 같은 경우를 고려해야 합니다.

- 브랜드가 브랜드 대신 제조업체를 나타낼 수 있습니다. 시리얼과 같은 일부 카테고리에서 **브랜드** 필드는 실제로 제조업체입니다. 예를 들어, Cheerios가 아니라 General Mills입니다. Everyday Price Optimization 및 Everyday Price Management에 규칙이 적용될 수 있도록 브랜드 이름은 PIF에서 실제 브랜드를 반영하도록 변경되어야 합니다.
- 브랜드 이름이 일관적이지 않습니다. 오랜 기간에 걸쳐 많은 사람이 카테고리의 데이터를 관리하므로 가끔 브랜드 이름이 일관적이지 않은 경우가 있습니다. 예를 들어, Natural Grain이 NaturalGrain, Natural Grain이 되거나 Starkist가 Strkst. SK 또는 Stkst가 됩니다.
- 가끔 브랜드 이름이 제공되지 않고 PIF에서 완료되어야 하는 경우가 있습니다.

Everyday Price Optimization and Everyday Price Management 속성

제품 관계 속성은 모델링 프로세스에는 필요하지 않으나 Everyday Price Optimization and Everyday Price Management 규칙에는 사용됩니다. 가격 애플리케이션에서 최적화 시나리오를 작성할 계획인 경우 제품 정보 파일(PIF)에 이러한 추가 속성을 포함시키십시오. 모델링 팀이 105 페이지의 제 6 장 『모델링을 위한 속성화』에서 설명한 필수 속성에 대한 모델을 처리하는 동안 이러한 선택적 속성에 대해 값을 지정할 수 있습니다.

제품 관계 속성은 최적화된 시나리오 내의 다른 라인의 그룹, 크기, 브랜드 또는 기타 유형의 분류 사이에서 가격 책정 관계를 확립할 수 있습니다.

참고: PIF 내의 모델링에서 삭제된 제품은 제품 관계 속성에 지정되어 있으며 계속 활성 상태인 경우 Everyday Price Optimization and Everyday Price Management 내의 최적화된 시나리오에 여전히 포함됩니다. 제품을 가격 책정 동작에 포함시키지 않으려면 해당 제품에 지정된 제품 관계 속성이 없어야 합니다.

관련 항목

- 105 페이지의 제 6 장 『모델링을 위한 속성화』
『속성 테이블』
- 114 페이지의 『카테고리 이해』
- 122 페이지의 『라인 그룹 지정』
- 122 페이지의 『크기 제품군 및 크기 클래스 지정』
- 124 페이지의 『브랜드 제품군 및 제품군 클래스 지정』
- 124 페이지의 『기타 1 및 2 제품군과 기타 1 및 2 클래스 지정』

속성 테이블

제품 관계 속성 열 설명, 허용 가능한 값 및 PIF에 사전에 채워진 데이터의 소스를 보려면 다음 표를 참조하십시오.

속성 이름	속성 설명	카테고리에 대해 허용 가능한 값 - PIF 완료 방법	데이터 소스 - 사전에 채워진 데이터의 소스
크기 클래스	IBM OpenLink 또는 IBM Price Management에서 적용됩니다. 크기 제품군의 각 항목에 8oz = SMALL, 16oz = MEDIUM, 24oz = LARGE라는 숫자/레벨이 지정됩니다.	허용 가능한 크기 클래스 형식은 IBM Price Management의 카테고리에 대해 정의된 크기 클래스입니다. 크기 클래스가 아직 정의되어 있지 않은 경우 나중에 IBM Price에서 수정할 수 있는 기본 크기 클래스 (XXX-LARGE, XX-LARGE, X-LARGE, LARGE, MEDIUM, SMALL, X-SMALL, XX-SMALL, XXX-SMALL)를 사용하십시오. 최대 50자입니다. 보너스 제품 또는 테스트용/여행용 크기를 크기 클래스에 포함시키지 마십시오.	공백

크기 제품군	IBM OpenLink 또는 Price Optimization에서 적용됩니다. 크기 제품군은 동일한 제품의 다른 크기가 절대적 기초(예를 들어, 소형 < 중형 < 대형) 및 등가 가격을 기반으로 하는 상대적 기초(예를 들어, 소형 제품이 중형 제품보다 하나 당 가격이 저렴해야 함)에 따라 가격 책정 방법에 대한 규칙을 설정하는 데 사용됩니다.	알파벳, 최대 50자	공백
브랜드 클래스	한 제품군의 두 제품을 차별화하는 값입니다. 이 경우, 브랜드 클래스가 브랜드 제품군 내의 제품을 차별화합니다.	NATIONAL, PRIVATE LABEL 또는 필요에 따라 정의되며 최대 50자입니다.	소매업체의 제품 파일이며 일반적으로 비어 있음
브랜드 제품군	규칙을 통한 비교를 위해 두 제품을 함께 링크하는 값입니다. 브랜드 제품군은 일반적으로 브랜드를 교차하여 비교되는 제품의 유형 및 크기입니다.	알파벳, 특수 문자(&, /, *) 제외, 최대 50자	소매업체의 제품 파일이며 일반적으로 비어 있음
라인 그룹	소매업체가 전송한 라인 가격 그룹 값	영숫자, 공백 또는 특수 문자(&, /, *) 제외, 최대 50자	소매업체의 제품 파일
사전 가격 결정	소매업체가 제공하는 사전에 가격이 책정된 제품을 표시합니다. 사전에 제품의 가격이 책정된 경우, 1로 채워집니다. 사전에 가격이 책정된 제품은 최적화 과정 동안 가격이 변경되지 않습니다.	가격이 책정된 제품 = 1 가격이 책정되지 않은 제품 = 0	기본값은 0이며 소매업체로부터 가격이 전송된 경우에 1은 사전에 가격이 책정된 제품을 표시합니다.
기타 클래스1	한 제품군의 두 제품을 차별화하는 값입니다. 이 경우, 기타 클래스1은 기타 제품군1 내의 제품을 차별화합니다.	숫자/알파벳, 최대 50자	공백

기타 제품군1	규칙을 통한 비교를 위해 두 제품을 함께 링크하는 값입니다. 제품의 기타 제품군1 그룹화는 제품의 임의의 특성을 기반으로 할 수 있습니다.	숫자/알파벳, 최대 50자	공백
기타 클래스2	한 제품군의 두 제품을 차별화하는 값입니다. 이 경우, 기타 클래스2는 기타 제품군2 내의 제품을 차별화합니다.	숫자/알파벳, 최대 50자	공백
기타 제품군2	규칙을 통한 비교를 위해 두 제품을 함께 링크하는 값입니다. 제품의 기타 제품군2 그룹화는 제품의 임의의 특성을 기반으로 할 수 있습니다.	숫자/알파벳, 최대 50자	공백

사전 가격 책정 제품 검토

사전 가격 책정 제품에는 등록된 가격이 있습니다. 해당 항목에 가격 책정 규정이 적용되어 가격이 등록된 가격을 초과하지 않도록 보장합니다. 결과적으로 최적화 동안 가격이 이동되지 않도록 해당 항목에 규칙이 적용되어야 합니다.

PIF에서 가격 책정됨 열은 1 또는 0으로 채워집니다. 사전에 가격이 책정된 제품은 1이며 사전에 가격이 책정되지 않은 제품은 0입니다. 대부분의 제품은 사전에 가격이 책정되지 않으나 일부 카테고리(짠 과자 등)에는 사전에 가격이 책정된 많은 항목이 있습니다.

F
Pre Priced
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0
0

The Pre Priced column shows 0 for non-pre-priced items.

필드가 비어 있으면 몇 가지 방법으로 제품이 사전 책정되었는지 식별할 수 있습니다.

- 문자 조합(PP, PPC)을 제품 설명에서 찾습니다.
- 제품 설명 필드에 가격이 있습니다.
- 제공되는 또 다른 속성에 사전에 가격이 책정된 제품에 대한 지정이 있습니다.

라인 그룹 지정

라인 가격 그룹은 동일한 제품의 다른 맛 또는 향과 같이 동일하게 가격이 책정되는 "유사한" 제품으로 구성됩니다. 라인 그룹은 라인 그룹 규칙에 의해 사용됩니다.

라인 그룹 값은 일반적으로 소매업체에 의해 전송되므로 사용자가 라인 그룹 열을 변경할 필요가 없습니다. PIF에서 라인 그룹 필드를 변경하면 Everyday Price Optimization and Everyday Price Management로 새 정보가 전송됩니다.

크기 제품군 및 크기 클래스 지정

이 태스크 정보

크기 제품군 및 크기 클래스를 사용하면 Everyday Price Optimization and Everyday Price Management가 항상 큰 크기가 작은 크기보다 높은 가격을 권장하며 동일한 제품의 큰 등가 크기가 작은 등가 크기보다 낮은 가격을 권장함

니다. 예를 들어, Twinlab Vitamin C 30 CT가 Twinlab Vitamin C 60 CT보다 더 낮은 최적화된 가격을 갖게 되나 60개수가 한 정량 가격은 더 낮습니다. 크기가 클수록 가치도 높습니다.

크기 제품군 및 크기 클래스는 **컨텐츠 편집** 화면에서 편집할 수 있습니다. 자세한 정보는 136 페이지의 『컨텐츠 편집 페이지에서 컨텐츠 편집』의 내용을 참조하십시오.

참고: 크기 제품군 이름은 동일한 브랜드 내에서만 사용되어야 합니다.

다음은 크기 제품군 및 크기 클래스가 사용되는 방법을 표시하는 예입니다.

Product Description	Demand Group	Brand	Size	UOM	Size Family	Size Class
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	8	OZ	Contadina Sauce	SMALL
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	15	OZ	Contadina Sauce	MEDIUM
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	24	OZ	Contadina Sauce	LARGE
Contadina Tomato Sauce	Ind_tomato_sauce	Contadina	128	OZ		
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	8	OZ	PL Sauce	SMALL
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	15	OZ	PL Sauce	MEDIUM
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	24	OZ	PL Sauce	LARGE
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	8	OZ	Hunts Sauce	SMALL
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	15	OZ	Hunts Sauce	MEDIUM
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	24	OZ	Hunts Sauce	LARGE

이 예에서 크기 제품군(Contadina 소스)은 세 가지 제품을 함께 링크합니다. 크기 클래스(소형, 중형, 대형)는 제품군 내의 각 제품을 차별화합니다. 크기 클래스에 대해 허용 가능한 값은 다음과 같습니다.

- XXX-SMALL
- XX-SMALL
- X-SMALL
- SMALL
- MEDIUM
- LARGE
- X-LARGE
- XX-LARGE
- XXX-LARGE

참고: 무료 제품은 더 큰 크기로 표시될 수 없습니다. 예를 들어, 12온스 샴푸 및 15온스(12 + 3 무료) 샴푸는 실제로 동일한 크기입니다.

크기 제품군 및 크기 클래스를 지정하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. PIF를 브랜드별로 정렬한 다음 크기별로 정렬하십시오.

참고: 제품 설명이 완료된 경우, 먼저 제품 설명별로 정렬할 수 있습니다.

2. 자연적 그룹화를 검색하고 구조를 지정하십시오. 보너스 제품을 파악하고 제품 가격 책정을 이중 검사하십시오.

브랜드 제품군 및 제품군 클래스 지정

이 태스크 정보

브랜드 제품군 및 브랜드 클래스 값은 Everyday Price Optimization and Everyday Price Management에 사용됩니다. 브랜드 제품군 이름은 제품을 함께 묶고 브랜드 클래스는 한 브랜드 내의 제품을 차별화합니다.

다음은 브랜드 제품군 및 브랜드 클래스가 사용되는 방법을 표시하는 예입니다.

Product Description	Demand Group	Brand	Size	UOM	Brand Family	Brand Class
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	8	OZ	8 oz.	National
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	15	OZ	15 oz.	National
Contadina Tomato Sauce	Tomato_sauce	Contadina	24	OZ	24 oz.	National
Contadina Tomato Sauce	Ind_tomato_sauce	Contadina	128	OZ		
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	8	OZ	8 oz.	Private
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	15	OZ	15 oz.	Private
Private Label Tomato Sauce	Tomato_sauce	Private Label	24	OZ	24 oz.	Private
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	8	OZ	8 oz.	National
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	15	OZ	15 oz.	National
Hunts Tomato Sauce	Tomato_sauce	Hunts	24	OZ	24 oz.	National

브랜드 제품군 및 브랜드 클래스를 지정하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. PIF를 크기별로 정렬한 다음 브랜드별로 정렬하십시오.
2. 자연적 그룹화를 검색하고 구조를 지정하십시오.

기타 1 및 2 제품군과 기타 1 및 2 클래스 지정

기타 제품군 및 기타 클래스는 브랜드 제품군/클래스가 이미 활용되고 있는 경우에 기타 관계를 설정합니다. 기타 제품군/기타 클래스는 종종 "좋은, 더 좋음, 최상" 또는 "최저 가격" 등의 가격 책정 전략을 지원하기 위한 관계를 작성합니다.

기타 제품군/클래스는 다음과 같은 다양한 가격 규칙 목표에 사용될 수 있습니다.

- 제품군은 크기순으로 비교할 제품을 결합합니다.
- 클래스는 제품군 내의 제품을 차별화합니다.

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 두 세트의 기타 제품군/기타 클래스 값을 사용자에게 제공합니다. 이로 인해 사용자가 기타 제품군 1/기타 클래스 1 및 기타 제품군 2/기타 클래스 2를 갖게 됩니다.

참고: 기타 1 및 기타 2를 항상 함께 사용하십시오. 그렇지 않으면 최적화 동안 규칙이 작동하지 않습니다.

다음은 기타 제품군/기타 클래스 값이 사용되는 방법을 설명합니다.

예 1: 소매업체가 다음을 원하는 경우에 사용되는 좋음-더 좋음-최상 전략(저렴 대 프리미엄)

- 빨대 브랜드 = 좋음
- 스틱 브랜드 = 더 좋음
- 벽돌 브랜드 = 최상

Product Description	Size / Unit of Measure	Other Family 1	Other Class 1
Straw	1 count	1 ct building material	Good
Straw	4 count	4 ct building material	Good
Straw	8 count	8 ct building material	Good
Sticks	1 count	1 ct building material	Better
Sticks	4 count	4 ct building material	Better
Sticks	8 count	8 ct building material	Better
Brick	1 count	1 ct building material	Best
Brick	4 count	4 ct building material	Best
Brick	8 count	8 ct building material	Best

예 2: 소매업체가 카테고리 내의 기타 브랜드 전략과 상관 없이 한 브랜드가 선반에서 가장 낮은 가격이 되기를 원하는 경우

가장 저렴한 브랜드 = 최대 할인

Product Description	Size / Unit of Measure	Other Family 1	Other Class 1
Cottonelle	Single	Single	Other
Cottonelle	4 pack	4 pack	Other
Cottonelle	8 pack	8 pack	Other
Charmin	Single	Single	Other
Charmin	4 pack	4 pack	Other
Charmin	8 pack	8 pack	Other
Super Saver	Single	Single	Low
Super Saver	4 pack	4 pack	Low
Super Saver	8 pack	8 pack	Low

PIF 가져오기

이 태스크 정보

일단 PIF 내의 모든 값이 완료되면 PIF를 OpenLink로 다시 가져올 수 있습니다. 다음은 가져오기를 수행하기 전에 따르면 도움이 되는 몇 가지 팁입니다.

- 기억할 수 있는 위치에 PIF를 저장하십시오.
- PIF는 열리거나 닫힌 상태로 가져올 수 있습니다.
- 모든 수식을 삭제하십시오(선택하여 붙여넣기 > 값).
- PIF 파일에서 모든 필터를 끄십시오.
- 모든 추가 열을 삭제하십시오. 이동된 열은 사용할 수 있습니다.
- Excel 워크북에서 모든 추가 스프레드시트를 삭제하십시오.

PIF를 가져오려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 가져올 카테고리를 클릭하고 **데이터 가져오기**를 선택하십시오. **데이터 가져오기** 대화 상자가 표시됩니다.

The screenshot shows a dialog box titled "Import Data". It has a "Category" field containing "ANALGESICS 1". Below it is an "Import File" field which is currently empty, followed by a "Browse..." button. At the bottom right of the dialog, there are two buttons: "Continue" and "Cancel".

3. **찾아보기**를 클릭하여 PIF를 찾으십시오.

4. **계속**을 클릭하십시오. PIF가 가져오기를 완료하면 경고를 수신하도록 가입한 경우, 자동화된 이메일이 사용자의 이메일 계정(PIF를 가져온 사용자) 또는 애플리케이션의 오른쪽 맨 위에 있는 경고 받은 편지함 또는 둘 다에 전송됩니다. 경고 가입에 대한 자세한 정보는 26 페이지의 『경고 받은 편지함』의 내용을 참조하십시오.

참고: 계속을 클릭한 후에 즉시 오류가 수신되면 다음을 확인하십시오.

- PIF가 Excel 워크북의 첫 번째 스프레드시트입니다.
 - PIF의 이름(Excel 스프레드시트 이름)이 너무 길지 않습니다.
5. 이메일을 열어서 가져오기 상태 메시지를 보십시오. 오류 없이 PIF를 가져왔음을 표시하거나 가져오기 오류를 나열합니다.
 - 다음은 성공 메시지의 예입니다.

Subject: edu1.edu - File 6_6_export_ORAL+CARE+1_answers.xls - PIF import finished
Received Time: Feb 10, 2009 4:47 PM

Content

PIF import for company edu1.edu has finished.
Number of Records Imported : 402
Number of records with null mandatory fields: 0

Additional Information:

Total Processed Records = 402
Total Imported Records = 402

- 몇 가지 오류 메시지 예가 있습니다.

1.

This means that a Demand Group is blank

PIF import for company edul.edu has finished.
 Number of Records Imported : 402
 Number of records with null mandatory fields: 1

List of records with null mandatory fields:			
Column Description	Sheet Name	Row #	Column #
Demand Group	Sheet0	34	6

Additional Information:
 Detect invalid size class [MEDIUM], all valid size classes are: XXX-LARGE, XX-LARGE, X-LARGE, LARGE, MEDIUM, SMALL, X-SMALL, XX-SMALL, XXX-SMALL,
 ----- Sheet [Sheet0] -----
 Number of products skipped because of size class invalid 1
 And in line this error occurs, line number: 48

 Total Processed Records = 402
 Total Imported Records = 402

This indicates that the size class 'MEDIUM' is invalid. In this case, it was misspelled in the PIF.

2.

PIF import for company sas1.com has finished.
 Number of Records Imported : 0
 Number of records with null mandatory fields: 0

Additional Information:
 UPC productid not match, productid [163371], skipping Line 3 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163453], skipping Line 4 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [364835], skipping Line 5 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163446], skipping Line 6 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [364928], skipping Line 7 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [362048], skipping Line 8 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163622], skipping Line 9 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [364290], skipping Line 10 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163444], skipping Line 11 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [363844], skipping Line 12 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163468], skipping Line 13 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163474], skipping Line 14 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163687], skipping Line 15 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163403], skipping Line 16 in the Sheet[Sheet1]
 UPC productid not match, productid [163557], skipping Line 17 in the Sheet[Sheet1]

The file was likely sorted inaccurately.

3.

This means the products were moved to a different category that you do not have permission to access. This is the only reason that you can delete products from a PIF.

PIF import for company sas1.com has finished.
 Number of Records Imported : 261
 Number of records with null mandatory fields: 0

Additional Information:
 You do not currently have permissions to access this product's category in database. Product UPC: 0000016333_003, Category Name: GM_PET_CARE, skipping Line 215, Sheet: Sheet1
 You do not currently have permissions to access this product's category in database. Product UPC: 0000016333_003, Category Name: GM_PET_CARE, skipping Line 220, Sheet: Sheet1

 Total Processed Records = 263
 Total Imported Records = 261

- 세 경우 모두 PIF를 편집하여 오류를 수정하고 PIF를 다시 가져올 수 있습니다.

최종 검사 수행

PIF를 속성화하고 다시 OpenLink로 가져온 후에 제품 정보가 모델링 프로세스용으로 정리되었는지 확인하기 위해 몇 가지 최종 검사를 수행합니다.

모델 상태 보고서는 지정된 카테고리에 대한 Everyday Price Optimization 및 Everyday Price Management, Promotion Planning 및 Optimization 서비스에 의해 사용되는 활성 모델의 상태를 표시하는 메트릭을 표시합니다. 이러한 메트릭은 사용자 정의 임계값을 기반으로 하여 재모델링 또는 모델 새로 고치기를 수행할 시기를 판별하는 데 도움이 됩니다.

관련 항목

『등가 단위 실행』

133 페이지의 『무결성 검사 수행』

135 페이지의 『컨텐츠 편집』

151 페이지의 『수요 그룹을 새 제품에 자동 지정』

138 페이지의 『모델 상태 보기』

등가 단위 실행

수요 그룹은 대체 가능성이 높은 제품의 그룹이므로 제품이 가격 면에서 근접해야 합니다. 예를 들어, \$2.59의 칫솔과 \$34.99의 전동 칫솔은 동일한 수요 그룹 내에 있을 수 없습니다.

등가 단위 검사는 대체 가능성이 높은 제품에 대한 허용 가능한 범위 밖의 제품을 찾습니다. 크기가 중간 수요 그룹 크기의 50% 넘게 크거나 작은 경우, 등가가격이 가격 비율의 5% 넘게 비싸거나 저렴한 경우 제품이 경계 밖에 있는 것으로 간주됩니다.

등가 단위는 **카테고리 관리자** 페이지 또는 **카테고리 작업공간** 페이지에서 실행할 수 있습니다.

관련 항목

『카테고리 관리자 페이지에서 등가 단위 실행』

131 페이지의 『카테고리 작업공간 페이지에서 등가 단위 실행』

카테고리 관리자 페이지에서 등가 단위 실행

이 태스크 정보

카테고리 관리자 페이지에서 등가 단위를 실행하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > 카테고리 관리자를 선택하여 카테고리 관리자 페이지를 여십시오.

세부사항 탭의 동등화할 POS가 포함된 항목 수 열은 카테고리가 속성화 프로세스 내에 완료됨으로 변경되기 전에 실행해야 하는 등가 단위에 대한 POS 데이터가 있는 제품의 수를 표시합니다. 또한 페이지를 편집하여 등가 단위를 실행해야 하는 총 제품 수를 표시하도록 동등화할 항목 수 열을 표시할 수 있습니다. 이 정보는 모델링되지 않은 카테고리에 유용할 수도 있습니다.

with POS to be Equivalized and # to be Equivalized columns

Category Name	# of Unattributed Products	# without POS	# with POS to be Equivalized	# to be Equivalized	# of Dropped Products	# of Products Leaving Category	# of Products Entering Category	Production Optimization	Price Delivery Pending
ARRANGEMENTS_BOU...	0	636	0	0	281	3	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AUDIO_VIDEO_HOME...	0	17	0	0	4	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
AUTOMOTIVE_GH	0	3	0	0	20	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AUTOMOTIVE_WHSE	0	3	0	0	0	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BABYFOOD_FORMULA...	0	21	0	0	56	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BABY_ACCESSORIES	0	8	0	0	26	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BABY_NEEDS	0	13	0	0	27	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BACON	4	41	0	4	4	0	0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BAKED_GOODS_FROZEN	3	22	0	3	12	0	0	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BAKERY_SWEET	0	242	0	0	159	2	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 등가 단위 실행을 선택하십시오. 등가 단위 계산 실행 대화 상자가 표시됩니다.

Run Equivalent Units Calculation ? ↻ ✕

Options

Update Database

Recalculate for all Products

3. 등가 단위 값이 있는 모델링 데이터베이스를 업데이트하려면 데이터베이스 업데이트를 설정하십시오. 이는 모델링을 시작하기 전에 수행되어야 하며 프로세스 또는 서브세트 최적화를 새로 고치기 전에 완료되어야 합니다.

- 카테고리 내의 모든 제품에 대한 등가 단위를 계산하려면 모든 제품 다시 계산을 설정하십시오. 이 작업으로 인해 카테고리 내의 모든 기존 등가 단위가 업데이트됩니다. 이 작업은 초기 카테고리 최적화 또는 카테고리 재모델링 합계에 대해서만 수행되어야 합니다.

참고: 모든 제품에 대해 다시 계산 옵션은 이미 모델링된 카테고리에 대한 모델링 계수를 삭제합니다.

- 확인을 클릭하십시오. 프로세스가 한계 내의 제품의 모든 단위 가격 및 크기를 확인합니다.

참고: 모델링 준비가 되면 데이터베이스 업데이트 및 모든 제품에 대해 다시 계산 옵션이 둘 다 설정되어야 합니다. 그렇지 않으면 데이터베이스 업데이트 옵션만 설정되어야 합니다.

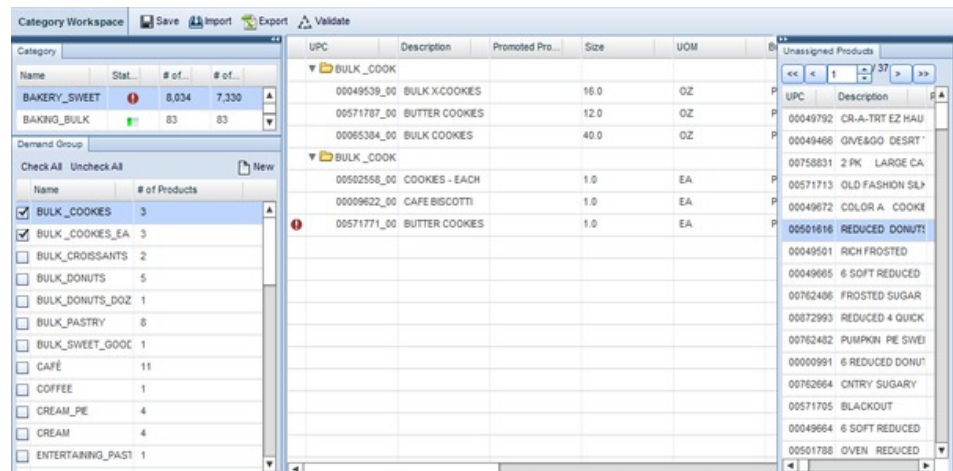
카테고리 작업공간 페이지에서 등가 단위 실행

이 태스크 정보

카테고리 작업공간 페이지에서 등가 단위를 실행하려면 다음을 수행하십시오.

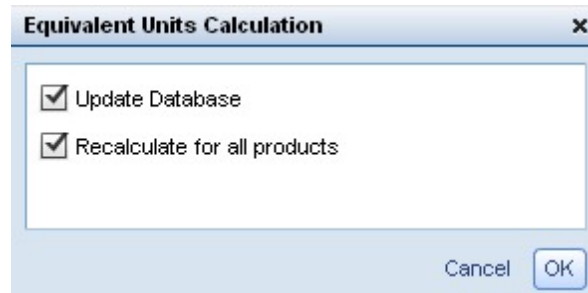
프로시저

- OpenLink** > 카테고리 관리자를 선택하여 카테고리 관리자 페이지를 여십시오.
- 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 카테고리 작업공간을 선택하여 카테고리 작업공간 페이지를 여십시오.



- 카테고리 패널에서 카테고리를 선택한 다음 수요 그룹 패널에서 하나 이상의 수요 그룹을 선택하십시오. 선택된 수요 그룹의 모든 제품이 페이지의 가운데에 있는 지정된 제품 목록에 표시됩니다. 기본 수요 그룹의 모든 제품이 지정되지 않은 제품 패널에 표시됩니다.

4. 페이지의 맨 위에서 **유효성 검사** 단추를 클릭하고 **등가 단위 검사**를 선택하십시오. **등가 단위 계산 실행** 대화 상자가 표시됩니다.



5. 등가 단위 값이 있는 모델링 데이터베이스를 업데이트하려면 **데이터베이스 업데이트**를 설정하십시오. 이는 모델링을 시작하기 전에 수행되어야 하며 프로세스 또는 서브세트 최적화를 새로 고치기 전에 완료되어야 합니다.
6. 카테고리 내의 모든 제품에 대한 등가 단위를 계산하려면 **모든 제품 다시 계산**을 설정하십시오. 이 작업으로 인해 카테고리 내의 모든 기존 등가 단위가 업데이트됩니다. 이 작업은 초기 카테고리 최적화 또는 카테고리 재모델링 합계에 대해서만 수행되어야 합니다.

참고: 모든 제품에 대해 다시 계산 옵션은 이미 모델링된 카테고리에 대한 모델링 계수를 삭제합니다.

7. **확인**을 클릭하십시오. 프로세스가 한계 내의 제품의 모든 단위 가격 및 크기를 확인합니다. 유효성 검사가 실행 중인 경우, 유효성 검사 단추가 "유효성 검사 진행 중"으로 표시되고 모든 패널이 읽기 전용이 됩니다.
8. **새로 고치기** 단추를 클릭하십시오. 유효성 검사가 완료되면 지정된 제품 및 지정되지 않은 제품 둘 다에 대해 오류가 있는 필드가 강조표시됩니다. 포인터를 필드 위로 가져가면 오류를 설명하는 오류 도구 팁이 표시됩니다. 필드 값을 수정한 후에 등가 단위 검사를 다시 실행하십시오.

참고: 지정되지 않은 제품 패널에서 열을 편집할 수 없으므로 **컨텐츠 편집** 페이지에서 오류가 있는 필드를 업데이트해야 합니다. 이 페이지에서 지정되지 않은 제품을 보려면 카테고리에 대한 '기본 수요 그룹' 기준으로 필터링하십시오.

참고: 모델링 준비가 되면 데이터베이스 업데이트 및 모든 제품에 대해 다시 계산 옵션이 둘 다 설정되어야 합니다. 그렇지 않으면 데이터베이스 업데이트 옵션만 설정되어야 합니다.

무결성 검사 수행

이 태스크 정보

수요 그룹 및 브랜드에 대한 **카테고리 분석** 페이지에서 무결성 검사를 수행합니다. 새 제품 또는 몇 가지 제품 변경에 대해서는 **컨텐츠 편집** 페이지 또는 PIF에서 수정할 수 있습니다.

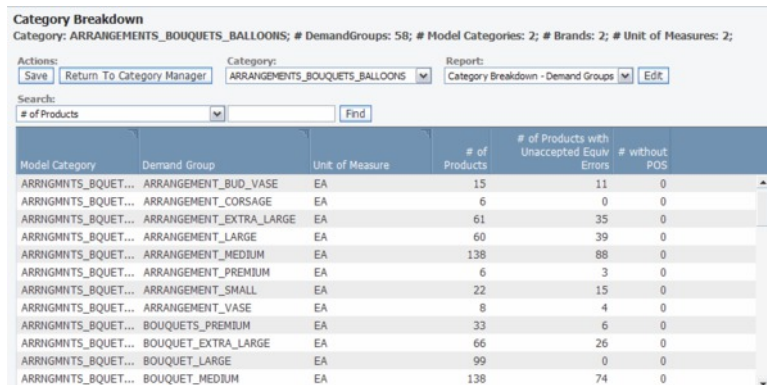
다음을 확인할 수 있습니다.

- 다중 측정 단위가 있는 수요 그룹
- 허용되지 않는 등가 오류(크기 및 가격)
- 기본 수요 그룹 내의 많은 제품
- 스캔 기록이 있는 기본 수요 그룹 내의 제품
- 맞춤법 오류 또는 데이터 이상으로 인한 브랜드 이름 중복

무결성 검사를 수행하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

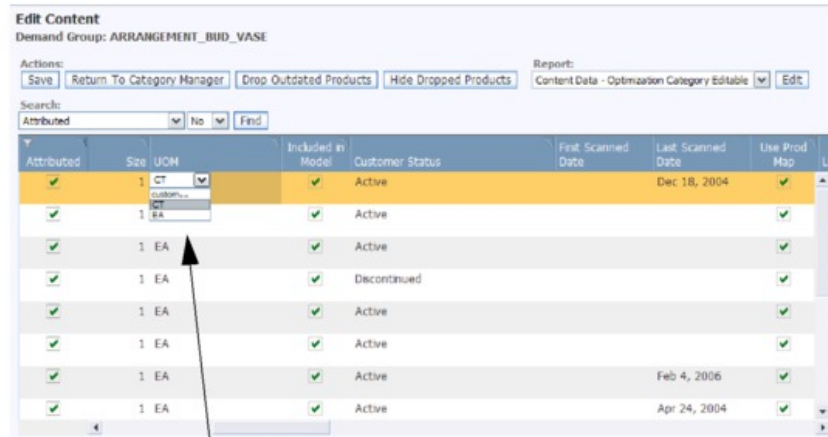
1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **카테고리 분석**을 선택하십시오. **카테고리 분석** 페이지가 표시됩니다.



Model Category	Demand Group	Unit of Measure	# of Products	# of Products with Unaccepted Equiv Errors	# without POS
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_BUD_VASE	EA	15	11	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_CORSAGE	EA	6	0	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_EXTRA_LARGE	EA	61	35	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_LARGE	EA	60	39	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_MEDIUM	EA	138	88	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_PREMIUM	EA	6	3	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_SMALL	EA	22	15	0
ARRNGMNTS_BQUET...	ARRANGEMENT_VASE	EA	8	4	0
ARRNGMNTS_BQUET...	BOUQUETS_PREMIUM	EA	33	6	0
ARRNGMNTS_BQUET...	BOUQUET_EXTRA_LARGE	EA	66	26	0
ARRNGMNTS_BQUET...	BOUQUET_LARGE	EA	99	0	0
ARRNGMNTS_BQUET...	BOUQUET_MEDIUM	EA	138	74	0

3. 수요 그룹과 관련된 항목을 확인하려면 **보고서** 드롭 다운 메뉴에서 **카테고리 분석 - 수요 그룹**을 선택하십시오. 수요 그룹 보고서에는 모델 카테고리에 대한 모든 수요 그룹이 나열됩니다.
4. 수요 그룹을 집계하십시오. 수요 그룹 구조를 검토하여 이상 수요 그룹 이름이 존재하지 않는지 확인하십시오. 또한 원래 분리된 수요 그룹(예를 들어, **LOW_FAT_COOKIES** 및 **NO_FAT_COOKIES**)이 단일 수요 그룹으로 결합될 수 있습니다.

5. 동일한 수요 그룹에 대한 다중 측정 단위를 확인하십시오. 오류가 있으면 오류가 있는 행을 마우스 오른쪽 단추로 클릭하고 **컨텐츠 편집**을 선택하여 **컨텐츠 편집** 페이지를 여십시오.
6. 다른 측정 단위가 있는 제품을 찾고 **UOM** 열을 클릭하여 측정 단위를 변경하십시오.



You can change the units of measure in the drop-down lists that appear when you click in the UOM column.

7. **컨텐츠 편집** 페이지에 있는 동안 오른쪽으로 스크롤하여 스캔 기록이 있는 기본 수요 그룹 내의 제품을 확인하십시오.
8. 허용되지 않은 등가 오류가 존재하는 경우, 이러한 오류가 있는 제품의 수가 **카테고리 분석** 페이지의 **승인되지 않은 등가 오류가 있는 제품 수** 열에 표시됩니다. 오류를 수정하려면 마우스 오른쪽 단추로 수요 그룹을 클릭한 다음 **등가 세부사항 보기**를 선택하여 **등가 세부사항 보기** 페이지를 여십시오.
9. **오류** 선택란이 설정된 제품을 검색하려면 오른쪽으로 스크롤하여 **가격 오류** 또는 **크기 오류** 선택란이 설정되었는지 확인하십시오. 가격이 수요 그룹의 중간 가격의 다섯 배를 초과하거나 수요 그룹의 중간 가격의 1/5 미만이면 가격 오류가 있습니다. 가격은 현재 소매업체 가격 또는 POS의 기본 가격입니다. 등가 단위가 중간 수요 그룹 크기의 10배를 초과하거나 .1 미만인 경우 크기 오류가 있습니다.
10. 등가 오류를 수정하려면 마우스 오른쪽 단추로 오류가 있는 행을 클릭하고 **UOM 변경** 또는 **수요 그룹 변경**을 선택하십시오. **UOM 변경** 또는 **수요 그룹 변경** 대화 상자가 표시됩니다.
11. 측정 단위 또는 수요 그룹을 변경하고 **계속**을 클릭하여 변경사항을 저장하십시오.

12. 브랜드와 관련된 항목을 확인하려면 보고서 드롭 다운 메뉴에서 **카테고리 분석 - 브랜드**를 선택하십시오. 브랜드 보고서에 모델 카테고리에 대한 모든 브랜드가 나열됩니다.
13. 맞춤법이 잘못된 브랜드를 찾으십시오. 이 보고서의 **브랜드** 열에서 브랜드 이름을 클릭하고 드롭 다운 목록에서 올바른 이름을 선택하십시오.

Category Breakdown
 Category: ARRANGEMENTS_BOUQUETS_BALLOONS; # DemandGroups: 58; # Model Categories: 2; # Brands: 2; # Unit of Measures: 2;

Actions: Save Return To Category Manager Category: ARRANGEMENTS_BOUQUETS_BALLOONS Report: Category Breakdown - Brands Edit

Search: # of Products Find

Brand	# of Products	# of Products with Unaccepted Equity Errors	# without POS
NOT_PROVIDED	9	1	8
PRIVATE_LABEL	1569	47	628

You can choose a correct brand name in the Brand column

컨텐츠 편집

컨텐츠 편집 또는 카테고리 작업공간 페이지에서 제품 정보를 최종 편집할 수 있습니다. 필드의 대부분을 편집할 수 있습니다. **컨텐츠 편집** 및 **카테고리 작업공간** 페이지는 둘 다 온라인 PIF를 표시합니다. 이 페이지에 대한 자세한 정보는 136 페이지의 『카테고리 작업공간 페이지에서 컨텐츠 편집』의 내용을 참조하십시오.

참고: 컨텐츠를 편집할 때 수행한 모든 변경사항은 동등화할 POS 데이터가 있는 제품의 수를 변경할 수 있습니다. 모든 데이터가 수정되고 **카테고리 관리자** 페이지의 **세부사항** 탭에 있는 **동등화할 POS가 포함된 항목 수** 열이 0이 될 때까지 등가 단위 검사를 다시 실행해야 합니다. 자세한 정보는 129 페이지의 『등가 단위 실행』의 내용을 참조하십시오.

참고: 컨텐츠 편집 및 카테고리 작업공간 페이지에 액세스하려면 **속성 사용 권한**을 설정해야 합니다.

관련 항목

- 136 페이지의 『카테고리 작업공간 페이지에서 컨텐츠 편집』
- 129 페이지의 『등가 단위 실행』
- 136 페이지의 『컨텐츠 편집 페이지에서 컨텐츠 편집』

컨텐츠 편집 페이지에서 컨텐츠 편집

이 태스크 정보

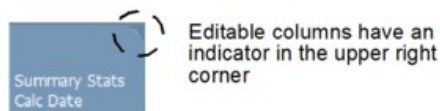
컨텐츠를 편집하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자 페이지**를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 **카테고리**를 클릭하고 **컨텐츠 편집**을 선택하여 **컨텐츠 편집 페이지**를 여십시오.

Attributed	Has Recent POS	Is Seasonal	Opt. Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803003826	CANON LS-100TS BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803009538	CANON LS-270 BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963011004	SEIKO SPELL CHECKER	SPELL_DICT_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963054025	SEIKO DICTIONARY	DEFAULT_DEMAND_G...	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143249	ROYAL 52KB MEMORY PERSONAL ORGANIZE	PERS_ORGANIZER	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143812	ROYAL BASIC HANDHELD CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143843	ROYAL X60 DUAL POWER DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143850	ROYAL DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447144307	ROYAL WS22 DESKTOP WEATHER STATION	WEATHER_DSXTP	1

3. **보고서** 드롭 다운 메뉴에서 **모든 제품 보고서**를 선택하십시오.
4. 편집 가능한 열에서 필드를 클릭하여 값을 변경하십시오. 드롭 다운 메뉴 또는 편집 가능 필드가 표시됩니다.



5. 왼쪽 상단 모서리에서 **저장**을 클릭하여 변경사항을 저장하십시오.

카테고리 작업공간 페이지에서 컨텐츠 편집

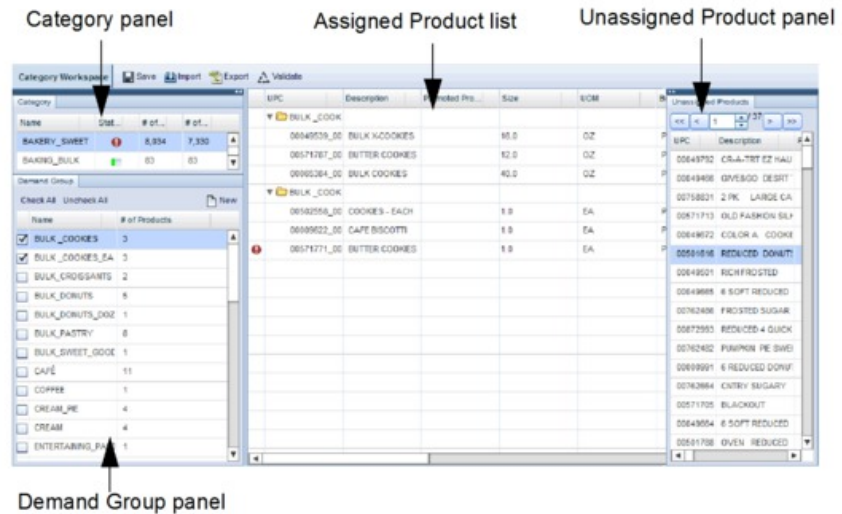
이 태스크 정보

카테고리 작업공간 페이지를 사용하면 한 위치에서 다른 카테고리의 제품을 보고 속성을 변경하고 제품을 수요 그룹으로 그룹화할 수 있습니다. 끌어서 놓기 방법을 사용하여 제품을 쉽게 다른 카테고리 및 수요 그룹으로 이동할 수 있습니다.

참고: 카테고리 작업공간 페이지에 액세스하려면 속성 사용 권한이 필요합니다.

카테고리 작업공간에는 네 개의 기본 영역이 있습니다.

- **카테고리 패널** - 각 카테고리 내의 제품 수, 지정되지 않은 제품 수 및 카테고리 상태와 함께 카테고리 목록을 표시합니다. 유효성 검사 오류(크기 오류 및 평균 스캔 가격 오류 포함)의 수를 보려면 오류 아이콘 위로 마우스 포인터를 이동하십시오. 유효성 검사 오류 수가 0이면 유효성 검사가 실행되지 않은 것일 수도 있습니다.
- **수요 그룹 패널** - 각 수요 그룹 내의 제품 수와 함께 카테고리 내의 모든 수요 그룹을 표시합니다.
- **지정된 제품 목록** - 선택된 수요 그룹 내의 모든 제품을 표시합니다.
- **지정되지 않은 제품 패널** - 수요 그룹에 지정되지 않은 선택된 카테고리 내의 모든 제품을 표시합니다.



컨텐츠를 편집하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > 카테고리 관리자를 선택하여 카테고리 관리자 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **카테고리 작업공간**을 선택하여 카테고리 작업공간 페이지를 여십시오.
3. **카테고리** 패널에서 카테고리를 선택한 다음 **수요 그룹** 패널에서 하나 이상의 수요 그룹을 선택하십시오. 선택된 수요 그룹의 모든 제품이 페이지의 가운데에 있는 **지정된 제품 목록**에 표시됩니다. 기본 수요 그룹의 모든 제품이 **지정되지 않은 제품** 패널에 표시됩니다.

- 지정된 제품 목록의 편집 가능한 열에서 필드를 클릭하여 값을 변경하십시오. 드롭 다운 메뉴 또는 편집 가능 필드가 표시됩니다.

크기 열과 같이 유효성 검사 오류가 있는 필드가 강조표시됩니다. 포인터를 필드 위로 이동하면 오류를 설명하는 오류 도구 팁이 표시됩니다. 필드 값을 수정한 후에 **등가 단위 검사 유효성 검사**를 다시 실행하십시오(자세한 정보는 131 페이지의 『카테고리 작업공간 페이지에서 등가 단위 실행』의 내용을 참조하십시오).

UPC	Description	Promoted Pro...	Size	UOM	Brand	Manufacturer
▼ BACON_CAN						
00308124_00	CANADIAN	33718	5.0	OZ	NEIDER	UNKNOWN
00308023_00	CHUNK	mx1 PPG single cal	12.0	OZ	HORMEL	UNKNOWN
00281169_00	TWIN PK	33718	78.0	OZ	TO	UNKNOWN
00885779_00	SMKD	33718	10.0	OZ	CAM	UNKNOWN

This product has size error, and please update size to remove this error.

- 왼쪽 상단에서 **저장**을 클릭하여 변경사항을 저장하십시오.

관련 항목

131 페이지의 『카테고리 작업공간 페이지에서 등가 단위 실행』

모델 상태 보기

Report: Model Health Search: # of Active Products Find

Health Status	Category	Division	Annual Revenue	# of Active Products	# Weeks since Model	# of New Products	% Volume from New Products	% Revenue from New Products
Green	CANNEDDRYISOAKBEANS	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%
Green	DRYRICE	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%
Red	BAKINGMIXES	Chain	\$0	0	52	29	0.0%	0.0%
Yellow	CANNEDMILKORDRY	Chain	\$0	0	52	10	0.0%	0.0%
Green	DISHDETERGENT	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%
Green	FROZENBREAKFASTPR...	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%
Green	MARSHMALLOWS	Chain	\$0	0	0	0	0.0%	0.0%

모델 상태 보고서(OpenLink > 모델 상태)를 사용하면 판매 기록 내의 변경 및 카테고리에 대한 상품구성 혼합이 이전에 실행된 해당 카테고리 모델에 어떻게 영향을 미쳤는지 파악할 수 있습니다. 보고서는 사용자 정의된 임계값을 기반으로 색상 강조표시(트래픽 조명)를 제공합니다. 트래픽 조명과 결합된 메트릭은 사용자가 재모델링할 시기를 판별하는 데 도움을 줍니다.

제공된 임계값을 초과하고 상태 변경을 트리거한 개별 지표가 강조표시됩니다. 임계값 유형에는 마지막 모델 이후의 주 수, 새 제품의 볼륨 백분율 및 카테고리가 마지막으로 모델링된 이후 열린 새 상점의 백분율이 포함됩니다. 이러한 지표의 현재 값이 보고서에 표시됩니다.

빨강, 노랑 및 녹색 강조표시는 다음을 나타냅니다.

- 빨강 - 모델 상태가 나쁨 - 이 달에 재모델링을 스케줄링함
- 노랑 - 모델 상태가 양호한 상태임 - 다음 달에 재모델링을 스케줄링하는 것을 고려함
- 녹색 - (임계값에 도달하지 않은 경우에 상태 열의 기본 상태임) 모델 상태가 좋음 - 아직 재모델링할 필요가 없음

트래픽 조명 임계값을 구성하려면 시스템 관리자에게 문의하십시오. 모델 상태 계산은 일반적으로 매주 기반으로 실행되도록 스케줄링되므로 지표가 매주 업데이트됩니다. 이 작업의 빈도 또한 시스템 관리자에 의해 설정됩니다.

관련 항목

『보고서 열』

보고서 열

열 이름	의미
상태	정의된 임계값에 따른 빨강, 노랑 또는 녹색. 모델의 전체 상태를 표시합니다.
카테고리 이름	카테고리 이름
부서	부서 이름
연간 수익	일년 뒤로 가장 최근에 로드된 POS 주부터 계산된 지난해 동안 카테고리에 대한 수익 요약. 카테고리 중요성의 순위를 매깁니다.
새 제품 수	카테고리가 최근 모델링된 이후 스캔을 시작한 제품. 새로운, 모델링되지 않은 제품과 관련된 상품구성 변경을 측정합니다.
활성 제품 수	활성 상태(상태 가져오기 또는 PSR로 지정된 것처럼)를 가진 제품은 지난 해에 최소 한 번 스캔했습니다. 현재 상품구성의 크기를 표시합니다.
모델 이후 주 수의 #	카테고리가 마지막으로 모델링된 이후의 주 수입니다. 기본 모델의 "수명"을 표시합니다.
새 제품의 볼륨 %	POS 데이터의 마지막 4주에 카테고리를 입력한 신제품이 표시하는 카테고리 볼륨의 백분율. 새로운, 모델링되지 않은 제품과 관련된 상품구성 변경을 측정합니다.

새 제품의 수익 %	POS의 마지막 4주에 POS의 신제품이 기여하는 카테고리 수익의 백분율. 새로운, 모델링되지 않은 제품과 관련된 상품구성 변경을 측정합니다.
사용 중단된 제품의 볼륨 %	카테고리가 마지막으로 모델링된 후 중단된 제품이 표시하는 카테고리 볼륨의 백분율. 이 지표는 중단된 제품에 의존하는 모델의 수를 표시합니다. 이 지표는 마지막 모델링 기간의 마지막 90일 동안 카테고리 볼륨을 사용합니다. 중단된 제품과 관련된 상품구성 변경을 측정합니다.
사용 중단된 제품의 수익 %	마지막 모델 데이터 이후 중단된 제품으로부터의 카테고리 수익의 백분율. 이 지표는 중단된 제품에 의존하는 모델의 수를 표시합니다. 이 지표는 마지막 모델링 기간의 마지막 90일 동안 카테고리 수익을 사용합니다. 중단된 제품과 관련된 상품구성 변경을 측정합니다.
% 새 상점	카테고리가 마지막으로 모델링된 이후 열린(새 상점) 상점의 백분율. 모델링되지 않은 상점을 측정합니다.
상태 보고서 최근 실행 날짜	카테고리 상태 지표가 카테고리에 대해 마지막으로 계산된 마지막 날짜. 작업 스케줄러의 스케줄된 작업이 업데이트를 트리거합니다. POS 데이터의 로드 시간에 따라 POS 데이터 로드 이후 실행하도록 설정될 수 있습니다. 지표가 최신인지 여부를 표시합니다.

수요 그룹 관계 작성

모델링 프로세스를 간소화하는 데 도움을 주기 위해 수요 그룹 관계가 통계학자에게 제공됩니다. 카테고리 내의 수요 그룹 사이의 교차 용어(연관관계, 합병 또는 관계 없음)가 이 매트릭스에 기록됩니다. 연관관계는 한 수요 그룹이 다른 수요 그룹에 보완이 되는 관계입니다. 예를 들어, 건성 모발용 샴푸 및 건성 모발용 린스입니다. 합병 관계는 한 수요 그룹이 다른 수요 그룹을 대체할 수 있는 관계입니다. 예를 들어, 일반 모발용 샴푸 및 지성 모발용 샴푸입니다.

모델링 프로세스에서는 이러한 교차 용어를 사용하여 한 카테고리 내의 두 수요 그룹 사이의 관계를 찾습니다. 사용자의 환경 설정에 따라 제품 카테고리 레벨 또는 수요 그룹 레벨에서 관계를 표시할 수 있습니다.

수요 그룹 레벨의 경우, 페이지의 맨 위에서 수요 그룹("드라이버" 수요 그룹)을 선택하면 모든 나머지 수요 그룹("구동된" 수요 그룹)이 보고서에 표시됩니다. 교차 용어는 구동된 수요 그룹에 지정됩니다. 관계의 로직은 다음과 같습니다. 드라이버 수요 그룹이 구동된 수요 그룹의 구매를 합병/프롬프트합니다.

제품 카테고리의 경우, 사용자가 단일 페이지에서 두 수요 그룹을 모두 선택합니다. 사용자가 관계를 정의하고 관계가 역수인지 여부를 정의합니다. 이 방법은 작성할 관계가 몇 가지 밖에 없는 경우, 가장 쉬운 방법입니다.

대안으로는 수요 그룹 관계를 내보내고 조작한 다음 다시 OpenLink로 가져오는 방법이 있습니다. 작성할 수요 그룹 및 관계가 많은 경우에는 Excel에서 매트릭스를 편집하는 것이 더 쉬울 수 있습니다.

수요 그룹 관계는 자동으로 작성되지 않으므로 실제 판매 활동을 기반으로 하여 관계를 선택할 수 있어야 합니다. 데이터가 시스템에 남아 있으면 교차 용어가 데이터에서 발견되나 정확하지 않을 수 있습니다. 예를 들어, 소매업체에서는 종종 17인치 및 19인치 모니터를 동시에 판촉합니다. 따라서 이러한 두 수요 그룹의 볼륨이 동시에 최대값이 됩니다. 모델에서는 두 수요 그룹 사이에 선호 관계가 있다고 생각할 수 있으나 종종 19인치가 17인치를 합병합니다. 따라서 애플리케이션에서 수동으로 수요 그룹 관계를 정의하는 것이 더 좋습니다.

참고: 모델링이 두 수요 그룹 사이에 관계를 찾지 못하면 관계를 강제 실행하지 않습니다. 수요 그룹 관계를 지정하는 것은 단순히 모델에게 이 유형의 관계를 검색하도록 알리는 것입니다.

관련 항목

『수요 그룹에 지정』

142 페이지의 『카테고리에 지정』

144 페이지의 『수요 그룹 관계 내보내기』

145 페이지의 『수요 그룹 관계 매트릭스 가져오기』

수요 그룹에 지정

이 태스크 정보

수요 그룹 레벨에서 수요 그룹 관계를 지정하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **수요 그룹 관계**를 선택하십시오. **수요 그룹 관계** 페이지에는 선택된 카테고리에 대한 모든 기존 관계가 표시

됩니다.

Driver DG	Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
SEDATIVE	STIMULANT	Cannbalem	✓
STIMULANT	SEDATIVE	Cannbalem	✓

3. 수요 그룹별 수요 그룹 관계 페이지를 열려면 **DG별 보기**를 클릭하십시오.

Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
DEFAULT_DEMAND_G...	No Relation	<input type="checkbox"/>
IBUPROFEN	No Relation	<input type="checkbox"/>
MOTION_SICKN	No Relation	<input type="checkbox"/>
SEDATIVE	No Relation	<input type="checkbox"/>
STIMULANT	No Relation	<input type="checkbox"/>

4. 페이지의 오른쪽 맨 위에 있는 수요 그룹 드롭 다운 목록에서 드라이버 그룹을 선택하십시오.

Demand Group: 4 of 57

5. 계수 열에서 계수를 클릭하고 드롭 다운 목록에서 **관계 없음**, **연관관계** 또는 **합병**을 선택하십시오. 그러면 구동된 **DG** 열에서 구동된 수요 그룹에 계수가 지정됩니다. 드라이버 수요 그룹이 구동된 수요 그룹의 구매를 합병/프롬프트합니다.
6. 관계가 역수이면(대부분의 경우 true임) **역수** 선택란을 설정하십시오. 예를 들어, 세탁 세제는 섬유 유연제와 연관관계이며 섬유 유연제는 세탁 세제에 대해 연관관계입니다.

역수가 아닌 관계는 한 방향에만 적용됩니다. 예를 들어, AAA 배터리 여섯 개 들이 팩은 AAA 배터리 두 개 들이 팩을 합병하나 그 역은 true가 아닙니다.

7. 각 수요 그룹에 대해 계수 열에서 관계(**관계 없음**, **연관관계** 또는 **합병**)를 변경할 수 있습니다.
8. 완료했으면 **저장**을 클릭하십시오.

카테고리에 지정

이 태스크 정보

카테고리 레벨에서 수요 그룹 관계를 지정하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **수요 그룹 관계**를 선택하십시오. **수요 그룹 관계** 페이지에는 선택된 카테고리에 대한 모든 기존 관계가 표시됩니다.

Driver DG	Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
SEDATIVE	STIMULANT	Cannabalem	✓
STIMULANT	SEDATIVE	Cannabalem	✓

3. **수요 그룹 관계** 대화 상자를 열려면 **새 관계**를 클릭하십시오.

Demand Group Relationships

Product Category:
ANALGESICS 1

Driver DemandGroup:
ACETAMINOPH

Driven DemandGroup:
DEFAULT_DEMAND_GROUP

Coefficient:
No Relation

Reciprocal:

Save Cancel

4. 드롭 다운 목록에서 드라이버 및 구동된 수요 그룹을 선택하십시오.
5. 계수 드롭 다운 목록에서 **관계 없음**, **연관관계** 또는 **합병**을 선택하십시오. 그러면 구동된 수요 그룹에 계수가 지정됩니다. 드라이버 수요 그룹이 구동된 수요 그룹의 구매를 합병/프롬프트합니다.
6. 관계가 역수이면(대부분의 경우 true임) **역수** 선택란을 설정하십시오. 예를 들어, 세탁 세제는 섬유 유연제와 연관관계이며 섬유 유연제는 세탁 세제에 대해 연관관계입니다.

역수가 아닌 관계는 한 방향에만 적용됩니다. 예를 들어, AAA 배터리 여섯 개 들이 팩은 AAA 배터리 두 개 들이 팩을 합병하나 그 역은 true가 아닙니다.

- 완료했으면 **저장**을 클릭하십시오. 동일한 관계가 이미 있는 경우, 새 수요 그룹 관계가 이미 있는 수요 그룹 관계 대화 상자의 맨 위에 메시지가 표시됩니다. 대화 상자에서 설정을 조정하고 다시 관계를 저장할 수 있습니다. 새 수요 그룹 관계가 수요 그룹 관계 페이지에 표시됩니다.

수요 그룹 관계 내보내기

이 태스크 정보

모델링에 많은 관계가 필요한 경우 수요 그룹 관계를 내보낼 수 있습니다. 지정된 카테고리에 대한 파일을 수정한 다음 파일을 다시 IBM OpenLink로 가져올 수 있습니다.

수요 그룹 관계를 내보내려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

- OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
- 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **수요 그룹 관계**를 선택하십시오. **수요 그룹 관계** 페이지가 표시됩니다.

Driver DG	Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
SEDATIVE	STIMULANT	Cannibalem	✓
STIMULANT	SEDATIVE	Cannibalem	✓

- 이 페이지에서 **관계 내보내기**를 클릭하십시오. 수요 그룹 관계 매트릭스는 다음 형식의 Excel **.csv** 파일이 됩니다. 적절한 역수 설정이 있는 관계 계수를 추가하여 파일을 수정할 수 있습니다(145 페이지의 『수요 그룹 관계 매트릭스 파일 수정』 참조).

참고: OpenLink는 이 형식으로 파일을 내보내고 가져옵니다. 필요한 경우 **.csv** 파일을 일반 매트릭스 레이아웃으로 또는 그 반대로 변환해야 합니다. 지원이 필요한 경우 IBM 담당자에게 문의하십시오.

Ref Model Category	Driver Demand Group	Related Demand Group	Relation Coefficient	Reciprocal
ANALGESICS	ACETAMINOPH	ARTHRITIS	1	One Way
ANALGESICS	ACETAMINOPH	ASPIRIN	1	Two Way
ANALGESICS	ACETAMINOPH	CHILDRENS_LQD	1	Two Way
ANALGESICS	ACETAMINOPH	CHLDRN_TBLTS	1	Two Way

관련 항목

수요 그룹 관계 매트릭스 파일 수정

이 태스크 정보

수요 그룹 관계 매트릭스 파일을 수정하고 관계 계수 및 역수 설정을 추가하거나 변경할 수 있습니다. 매트릭스 내의 수요 그룹은 이미 정정 카테고리에 존재해야 합니다.

수요 그룹 관계 매트릭스 파일을 수정하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. 수요 그룹 간의 관계를 작성하고 관계 계수를 추가하십시오. 계수는 연관된 수요 그룹에 지정됩니다. 드라이버 수요 그룹이 연관된(구동된) 수요 그룹의 구매를 합병/프롬프트합니다.

올바른 관계 계수는 1 및 -1입니다.

- 1은 연관/보완 관계에 해당됩니다.
- -1은 합병/대체 관계에 해당됩니다.

2. 다음과 같이 역수 설정을 수정할 수 있습니다.

- 고객이 드라이버 수요 그룹(기침약 등)을 구매할 때 연관된 수요 그룹(기침을 멈추는 드롭스 등)을 구매하기는 하나 기침을 멈추는 드롭스를 구매하기 때문에 기침약을 구매하는 것은 아닌 경우에 1방법을 입력하십시오.
- 드라이버 및 연관된 그룹이 둘 다 서로에게 동일한 영향력을 가진 경우에는 2방법을 입력하십시오.

수요 그룹 관계 매트릭스 가져오기

이 태스크 정보

수정된 수요 그룹 관계 매트릭스 파일을 OpenLink로 다시 가져올 수 있습니다.

참고: OpenLink 내의 현재 수요 그룹 관계 매트릭스의 모든 변경사항은 가져오기에 의해 대체됩니다.

수요 그룹 관계 매트릭스를 가져오려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **수요 그룹 관계**를 선택하십시오. **수요 그룹 관계** 페이지가 표시됩니다.

Driver DG	Driven DG	Coefficient	Reciprocal?
SEDATIVE	STIMULANT	Cannabalem	✓
STIMULANT	SEDATIVE	Cannabalem	✓

- 이 페이지에서 **관계 가져오다**를 클릭하십시오. 수요 그룹 관계 가져오기 대화 상자가 표시됩니다.

Import Demand Group Relationships [?] [C] [X]

Product Category
ANALGESICS 1

Import File

- 찾아보기를 클릭하여 Excel .csv 파일을 찾고 **계속**을 클릭하십시오.

카테고리를 속성화됨으로 표시

이 태스크 정보

속성화를 완료했으므로 카테고리를 속성화된 것으로 표시할 수 있습니다. 이 설정은 카테고리 내의 제품이 모든 테스트를 통과하고 정리되어 모델링할 준비가 되었음을 표시합니다.

또한 카테고리가 속성화된 것으로 표시한 것을 나중에 해제할 수도 있습니다. 카테고리 내의 어떠한 개별 제품도 속성화된 것으로 표시되지 않은 경우에만 나중에 설정을 지울 수 있습니다. **카테고리 관리자** 페이지 내의 **속성 해제된 제품**의 수 열이 업데이트됩니다. 또한 이 열을 참조하여 새로운 속성 해제된 제품이 카테고리에 진입했는지, 속성화될 준비가 되었는지 판별할 수 있습니다. 새로운 속성 해제된 제품을 식별하는 다른 방법을 보려면 148 페이지의 『새 제품 찾기』의 내용을 참조하십시오.

카테고리를 속성화된 것으로 표시하려면 다음을 수행하십시오.

- OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
- 세부사항** 탭에서 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **카테고리를 속성화됨으로 표시**를 선택하십시오. **속성화됨** 열이 현재 날짜를 표시하고 **부가 사용자** 열이 사용자의 사용자 이름을 표시합니다.

Category Name	Category Type	Total # of Products	Product Moving Category	Last Scan	Min Weeks to Retire Link	Total # of Linked New Products
ANALGESICS	Non-Modele					0
APPAREL	Non-Modele					0
APPLES	Non-Modele					0
APPLIANCES	Non-Modele					0
ARTACTIVITY	Modeled					0
ARTSCRAFTS	Non-Modele					0
AUDIOVIDEO	Non-Modele					0
AUDIOVIDEOENTERTA...	Non-Modele					0
AUDIOVIDEOTELEPHO...	Non-Modele					0
AUTHENTICMEXICANF...	Non-Modele					0
AUTOCHEMICALS	Non-Modele					0
AUTOMOTIVE	Modeled					0
AUTOMOTIVEACCESS...	Non-Modele					0
AUTOMOTIVECHEMIC...	Non-Modele					0

3. 나중에 카테고리를 속성화됨으로 표시한 것을 해제하려면 마우스 오른쪽 단추로 카테고리 관리자 내의 카테고리를 클릭하고 카테고리 속성화됨 표시 해제를 선택하십시오.

속성화된 제품을 편집하려면 다음을 수행하십시오.

1. 카테고리 관리자 페이지에서 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 콘텐츠 편집을 선택하여 콘텐츠 편집 페이지를 여십시오. 카테고리 내의 각 제품에 대해 속성화됨 선택란이 설정됩니다.

Attributed	Has Recent POS	Opt Category
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS

- 속성화됨으로 표시하지 않을 제품에 대해서는 속성화됨 선택란을 지우십시오. 속성화되지 않은 모든 제품은 카테고리 관리자 페이지 내의 속성 해제된 제품의 수 열에서 개수됩니다.

관련 항목

『새 제품 찾기』

새 제품 찾기

새 제품이 카테고리에 입력되어 속성화가 필요한 경우, IBM OpenLink 및 기타 애플리케이션 내의 여러 보고서 열을 참조하여 새 제품을 식별할 수 있습니다. 일단 이 절에서 설명한 대로 새 제품을 찾은 다음 162 페이지의 『새 제품 속성화』에서 설명한 대로 속성화 프로세스를 진행할 수 있습니다.

다음 열은 카테고리 레벨에서 업데이트됩니다.

- 카테고리 관리자 페이지의 속성 해제된 제품의 수 값이 증가합니다.

Category Name	Price/Promotion Model		Markdown Model		Total # of Products	# of Unattributed Products
	Updated	Status	Updated			
AAA					0	0
AE_NEW					9	5
ANALGESICS					1518	1309
APPAREL					64	56
APPLES	d	Aug 4, 2009 11:37 PM			308	308

- IBM OpenLink의 모델 상태 보고서에서 새 제품의 수 열이 업데이트됩니다. 보고서에 대한 자세한 정보는 138 페이지의 『모델 상태 보기』의 내용을 참조하십시오.
- IBM Price Optimization 사용자이면 새 제품의 수 열이 카테고리 관리 페이지의 카테고리 활동 보고서에서 업데이트됩니다.

카테고리 내의 새 제품을 보려면 마우스 오른쪽 단추로 카테고리 관리자 페이지 내의 카테고리를 클릭하고 콘텐츠 편집을 선택하여 콘텐츠 편집 페이지를 여십시오. 이 페이지의 다음 열이 카테고리 내의 속성화되지 않은 새 제품을 식별합니다.

- 속성화됨 선택란이 지워집니다.

Edit Content
Product Category: DRY DOGFOOD 9

Actions: Report:

Search:

Attributed	Has Recent POS	Opt. Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size	UOM
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	DRY DOGFOOD 9	D0907910010786	NEW BITS N BITES BURGERS N CHEEZ	DEFAULT_DEMAND_GROUP	17.6	LB
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	DRY DOGFOOD 9	D0907910010791	NEW BITS N BITES HOMESTYLE CHICKEN VEG	DEFAULT_DEMAND_GROUP	4	LB
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	DRY DOGFOOD 9	D0907910012127	NEW BITS N BITES ORIGINAL BOWJUS	DEFAULT_DEMAND_GROUP	5	LB

- 모델에 포함됨 선택란이 지워집니다.

Edit Content
Product Category: PAPER TOWELS 3

Actions: Report:

Search:

Attributed	Avg Scan Price	Price per UOM	Cost	Avg Weekly Volume	Included in Model	Customer Status	First Scanned Date	Last Scanned Date	Use
<input type="checkbox"/>		\$0.22	\$1.120		<input checked="" type="checkbox"/>	Discontinued		Apr 13, 2004	
<input type="checkbox"/>		\$0.01	\$0.568		<input type="checkbox"/>	Active		Jan 20, 2004	
<input type="checkbox"/>		\$0.33	\$1.133		<input type="checkbox"/>	Active		Sep 2, 2003	

- 모델 수요 그룹이 DEFAULT_DEMAND_GROUP이 됩니다.

Edit Content
Product Category: PAPER TOWELS 3

Actions: Report:

Search:

Attributed	UPC	Description	Model Demand Group	Size	UOM	Brand
<input type="checkbox"/>	P0301258703100	HANDWIPE DISPOSABLE TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP	6	SH	HANE
<input type="checkbox"/>	P0301310050123	HOLIDAY PRINT TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP	80	CT	HOLI
<input type="checkbox"/>	P0301310077030	SPA PAPER TOWELS 3 ROLL	DEFAULT_DEMAND_GROUP	3	RL	SPAR

관련 항목

138 페이지의 『모델 상태 보기』

모델러에 알림

이 태스크 정보

속성화한 다음 **카테고리 관리자** 페이지에서 카테고리 상태를 설정함으로써 카테고리 상태를 Everyday Price Optimization 및 Everyday Price Management, Promotion Planning 및 Optimization 또는 Markdown Optimization 애플리케이션에서 사용할 준비가 되었음을 모델러에 알릴 수 있습니다. 모델러가 작업을 완료함에 따라 **카테고리 모델링** 페이지에서 상태를 설정할 수 있습니다. 일단 상태가 설정되면 이메일 알림이 전송되어 다른 사용자가 속성화 및 모델링 프로세스의 진행 상태를 알 수 있습니다.

참고: 각 속성화 또는 모델링 동작에 대한 이메일 알림을 수신하려면 **경고 가입** 페이지에서 해당 경고에 가입해야 합니다. 도구 메뉴에서 **경고 가입**을 선택하십시오.

- **가격/판촉 모델 요청 / 마크다운 모델 요청** - 어트리뷰터가 모델링할 카테고리를 요청하기 위해 **요청됨** 상태를 설정하면 사용자가 이메일 알림을 수신하게 됩니다. 모델러가 해당 카테고리가 모델링할 준비가 되지 않았다고 판단하고 **회수됨** 상태를 설정하면 별도의 이메일 알림이 사용자에게 전송됩니다.
- **가격/판촉 모델 진행 중 / 마크다운 모델 진행 중** - 모델러가 카테고리 모델링을 시작하기 위해 **진행 중** 상태를 설정하면 사용자가 이메일 알림을 수신하게 됩니다.
- **가격/판촉 모델 해제 / 마크다운 모델 해제** - 모델러가 모델을 운용으로 릴리스하기 위해 **릴리스됨** 상태를 설정하면 사용자가 이메일 알림을 수신하게 됩니다. 모델러가 해당 카테고리가 모델링할 준비가 되지 않았다고 판단하고 **회수됨** 상태를 설정하면 별도의 이메일 알림이 사용자에게 전송됩니다.
- **가격/판촉 모델 리턴** - 모델러가 추가 속성화 작업을 수행하고자 카테고리를 어트리뷰터로 리턴하기 위해 **리턴됨** 상태를 설정하면 사용자가 이메일 알림을 수신하게 됩니다.

속성화 카테고리 상태를 설정하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. **기본** 또는 **세부사항** 탭에서 마우스 오른쪽 단추로 하나 이상의 카테고리를 클릭한 다음 **가격/판촉 모델 요청** 또는 **마크다운 모델 요청**을 선택하십시오.
3. 설명 대화 상자에 설명을 입력하고 **확인**을 클릭할 수 있습니다. 대화 상자가 닫히면 **카테고리 관리자** 내의 각 카테고리에 대한 **가격/판촉 모델 상태** 또는

마크다운 모델 상태 옆에 요청됨 상태 및 현재 날짜가 표시됩니다. 또한 다음 정보가 있는 이메일 알림이 이 경고에 가입한 모든 사용자에게 전송됩니다.

- 동작 - 가격/판촉 모델이 요청됨 / 마크다운 모델이 요청됨
- 카테고리 이름 및 제품 카테고리 ID
- 사용자 ID(사용자 이름 또는 이메일 주소)
- 날짜 및 시간
- 마지막 상태 변경과 함께 설명 대화 상자에 입력된 모든 설명

수요 그룹을 새 제품에 자동 지정

이 태스크 정보

카테고리를 재모델링하기 전에 추가된 새 제품을 먼저 수요 그룹에 지정해야 합니다. 새 제품이 속성을 기반으로 하여 기존 수요 그룹에 자동으로 지정되도록 작업 스케줄러에서 새 제품 자동 지정 작업을 스케줄링할 수 있습니다. 아직 수요 그룹에 지정되지 않은 기본 수요 그룹 내의 모든 기존 제품도 자동으로 지정됩니다. 자동 지정된 제품을 검토하고 지정을 승인하거나 승인하기 전에 수동으로 다른 수요 그룹에 재지정할 수 있습니다. 새 제품 자동 지정 작업을 포함하여 작업 작성에 대한 자세한 정보는 171 페이지의 『새 작업 작성』의 내용을 참조하십시오.

카테고리 재모델링을 수행하기 위한 준비에 대한 권장되는 워크플로우는 다음과 같습니다.

- 자동으로 지정된 새 제품을 검토하고 수요 그룹 지정을 변경하거나 승인하십시오.
- 등가 단위 검사를 실행하십시오.
- 무결성 검사를 수행하십시오.
- 카테고리가 모델링에 대해 준비되는 상태를 설정하십시오(선택적).

참고: 이러한 프로세스를 수행하려면 해당 권한이 있어야 합니다.

- 자동으로 지정된 제품을 검토하기 위한 새 제품 자동 지정 사용 권한
- 수요 그룹 지정에 대해 자동화된 작업을 스케줄링하기 위한 새 제품 자동 지정 작업 사용 권한

새 제품에 지정된 수요 그룹을 검토하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink > 카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 승인되지 않은 자동 지정 제품 수 열에 있는 승인되지 않은 자동 지정된 제품이 있는 카테고리를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하십시오. 제품의 수가 0보다 많으면 열이 노란색으로 강조표시됩니다.
3. 컨텍스트 메뉴에서 **자동 지정 제품 검토**를 선택하십시오.

컨텐츠 편집 페이지에 표시되는 모든 제품 보고서에서 승인되지 않은 자동 지정 제품은 **자동 지정 승인되지 않음** 열의 체크 표시로 표시됩니다. 제품이 수요 그룹에 지정된 날짜는 **자동 지정 날짜** 열에 표시됩니다.

Auto-Assign Unapproved	Auto-Assign Date	Attributed	Has Recent POS	Cat. Category	Model Category	UPC	Description
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718103	PRO THERAPY X LRG KNEE BRACE
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718105	PRO THERAPY MEDIUM KNEE BRAC
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718112	PRO THERAPY BACK BRACE
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718201	PRO THERAPY MED FOAM INSERT
<input checked="" type="checkbox"/>	Mar 16, 2009	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ANALGESICS	ANALGESICS	00004116718203	PRO THERAPY LONG DUR HOT INSRT

4. **모델 수요 그룹** 열에서 지정된 수요 그룹을 보려면 화면이동 막대를 오른쪽으로 미십시오. 모든 새 값이 강조표시됩니다. 이 열을 클릭하여 드롭 다운 메뉴에서 수요 그룹 선택을 변경할 수도 있습니다.

Auto-Assign Unapproved	UPC	Description	Model Demand Group	Size Uom	Brand
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718103	PRO THERAPY X LRG KNEE BRACE	EXT_PAIN_PATCH	1.00 CT	PRO
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718105	PRO THERAPY MEDIUM KNEE BRACE	EXT_PAIN_PATCH	1.00 CT	PRO
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718112	PRO THERAPY BACK BRACE	EXT_PAIN_PATCH	1 CT	PRO
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718201	PRO THERAPY MED FOAM INSERT	EXT_PAIN_PATCH	1 CT	PRO
<input checked="" type="checkbox"/>	S 00004116718203	PRO THERAPY LONG DUR HOT INSRT	EXT_PAIN_PATCH	1 CT	PRO

5. 하나 이상의 승인되지 않은 자동 지정 제품을 선택하고 마우스 오른쪽 단추 클릭 메뉴에서 **승인**을 선택하십시오. 사용자가 승인한 각 수요 그룹 지정에 대해 **자동 지정 승인되지 않음** 선택란이 지워집니다.
6. 변경이 완료되면 **저장**을 클릭하십시오. **카테고리 관리자** 페이지로 돌아가면 **승인되지 않은 자동 지정 제품 수** 열이 업데이트됩니다.

제 7 장 카테고리 계층 구조 유지보수

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 사용자의 제품 파일의 제품에 카테고리 계층 구조를 지정하기 위해 카테고리 맵을 작성합니다. 그 후에 애플리케이션에 제품 정보를 로드할 때 카테고리 맵을 사용합니다. 효율적으로 처리하기 위해 초기 제품 로드부터 올바른 카테고리 계층 구조를 작성하는 것이 중요합니다.

최적화를 위해 카테고리 계층 구조를 다양하게 변경할 수 있습니다. 예를 들어, 큰 카테고리를 더 작은 카테고리로 구분하거나 카테고리를 결합하거나 제품을 새 카테고리로 이동할 수 있습니다. 변경 후에는 제품 속성화 프로세스를 수행하여 데이터를 모델링할 수 있도록 준비합니다.

관련 항목

『카테고리 맵 가져오기』

158 페이지의 『제품 재분류』

165 페이지의 『제품 계층 구조 대체 설정』

168 페이지의 『카테고리 관리』

카테고리 맵 가져오기

이 태스크 정보

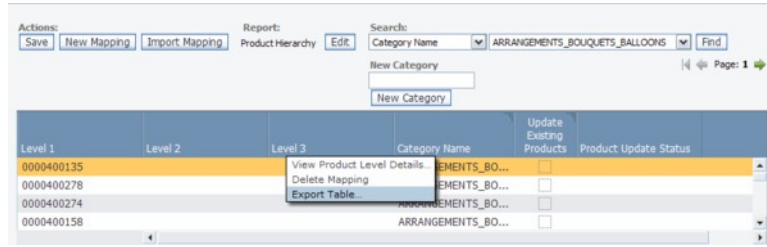
사용자의 제품 계층 구조가 있는 카테고리 맵은 일반적으로 구현 시작 시에 이미 OpenLink로 가져올 준비가 되어 있습니다. 준비되어 있지 않으면 먼저 Excel 스프레드시트 내의 카테고리 정보를 가져와서 **카테고리 맵핑** 페이지를 채워야 합니다.

참고: 개선된 제품 계층 구조 데이터 스키마를 사용 중인 경우, **제품 계층 구조 맵핑** 페이지를 대신 사용할 수 있습니다. 자세한 정보는 155 페이지의 『제품 계층 구조 맵핑』의 내용을 참조하십시오.

카테고리 맵을 가져오려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink > 카테고리 맵핑**을 선택하여 **카테고리 맵핑** 페이지를 여십시오.



2. 마우스 오른쪽 단추로 보고서 내의 임의의 행을 클릭하고 **테이블 내보내기**를 선택하여 보고서 열을 Excel 스프레드시트로 내보내십시오. 내보내기 대화 상자가 표시됩니다.
3. 내보내기를 클릭하십시오. 파일 내보내기가 완료될 때까지 내보내기 상태 대화 상자의 오른쪽 상단 모서리에서 새로 고치기 단추를 클릭하십시오.



4. 파일의 상태가 완료됨으로 변경되면 내보내기 상태 대화 상자에서 파일 이름을 클릭하여 스프레드시트 파일을 여십시오.
5. 다음 표에서 설명한 대로 스프레드시트에서 필드를 완료하십시오. 열이 올바른 순서로 있어야 합니다. 그렇지 않으면 가져오기가 실패합니다.

이 열에서...	이 정보 추가...
열 A	레벨 1 계층 구조(일반적으로 카테고리 이름)
열 B	레벨 2 계층 구조(일반적으로 분류)
열 C	레벨 3 계층 구조(일반적으로 하위 분류 이름)
컬럼 D	카테고리 이름. 판촉, 가격 또는 마크다운 서비스에서 볼 최적화 카테고리입니다.
열 E	이미 데이터베이스에 있는 기존 제품을 맵을 사용하여 업데이트합니다. <ul style="list-style-type: none"> • 1 - 예 • 0 또는 공백 - 아니오

	A	B	C	D	E	F
1	Level 1	Level 2	Level 3	Category Name	Update Existing Products	Product Update Status
2	L1DESC_A	L1DESC_B	L1DESC_C	COFFEE		1
3	L1DESC_A	L1DESC_B	L1DESC_C	COFFEE		1
4	511VEG_1	511VEG_2		CANNEDDRYISOAKBEANS		1
5	level1111	level2222		CANNEDDRYISOAKBEANS		1
6	level_1	level2		ANALGESICS		1
7	LEVEL1C	LEVEL2C		COFFEE		0

6. 편리한 위치에 사용자의 Excel 파일을 저장하십시오.
7. **내보내기 상태** 대화 상자가 아직 열려 있으면 닫으십시오.
8. **카테고리 맵핑** 페이지에서 **맵핑 가져오기**를 클릭하십시오. **카테고리에 대한 제품 계층 구조 맵핑 가져오기** 대화 상자가 표시됩니다.

9. **찾아보기**를 클릭하여 맵핑 Excel 파일을 찾고 **제출**을 클릭하십시오. **카테고리 맵핑** 페이지에 사용자의 파일의 정보가 포함됩니다. 먼저 페이지를 새로 고쳐야 합니다. **제품 업데이트 상태** 열에 새 맵으로 업데이트하도록 표시한 기존 제품에 대한 **기존 제품 업데이트 대기 중** 상태가 표시됩니다.

참고: 맵핑 파일에 오류가 포함된 경우, **카테고리에 대한 제품 계층 구조 맵핑 가져오기** 대화 상자에 각 오류 및 행 번호가 나열됩니다. 맵핑 파일에서 이러한 오류를 정정하고 다시 가져와야 합니다.

관련 항목

『제품 계층 구조 맵핑』

제품 계층 구조 맵핑

이 태스크 정보

카테고리 맵핑 페이지에 대한 대안으로 **제품 계층 구조 맵핑** 페이지를 사용하여 제품 계층 구조 내의 각 제품에 대해 카테고리 레벨을 정의할 수 있습니다. **제품 계층 구조 맵핑** 페이지를 사용하면 각 제품에 대해 열 개까지 하위 카테고리를 포함할 수 있습니다. 다음 방법으로 간단히 분류 또는 재분류 프로세스를 수행할 수 있습니다.

- 직관적인 계층 구조 트리를 사용하여 동적으로 하위 레벨 맵핑
- 모든 제품을 계층 구조 형식으로 구성하기 위해 단순 필터를 사용하여 신속하게 제품 지정

또한 제품 계층 구조 맵핑을 내보내고 가져올 수 있습니다. 자세한 정보는 157 페이지의 『제품 계층 구조 맵핑 가져오기 및 내보내기』의 내용을 참조하십시오.

참고: 제품 계층 구조 맵핑 페이지에 액세스하려면 제품 계층 구조 트리 사용 권한이 설정되어 있어야 합니다.

제품 계층 구성 맵핑 페이지를 사용하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink > 제품 계층 구조 맵핑**을 선택하십시오. 분류되지 않은 제품 및 맵핑된 모든 제품의 계층 구조가 표시됩니다. 노드를 선택하여 펼치면 제품 계층 구조 트리가 요청된 데이터를 동적으로 업데이트하고 폐지합니다.
2. **카테고리 열**에서 분류할 항목에 대한 행을 클릭하십시오.
3. 분류할 제품 계층 구조의 특정 부분을 찾으려면 검색 필드를 사용하십시오. 일단 찾으려는 노드의 전부 또는 일부를 입력한 후에 **찾기**를 클릭하여 결과를 보십시오.
4. 기타 유사한 제품이 분류된 방법을 보기 위해 제품 계층 구조의 결과를 표시하려면 **계층 구조로 표시**를 클릭하십시오.
5. 필드에 이름을 입력하고 미리 검색 기능을 사용하여 카테고리 목록을 필터링 하십시오.

일치가 발견되지 않으면 사용자가 필드에서 떨어진 위치를 클릭할 때 필드가 빨간 색으로 강조표시됩니다. 이름을 삭제하고 다시 시도하거나 페이지의 맨 위에서 **카테고리 추가**를 클릭하여 새 카테고리를 작성할 수 있습니다. **카테고리 추가 대화 상자**에서 새 카테고리를 추가한 후에 **작성**을 클릭하십시오. 새 카테고리는 카테고리 목록에서 선택할 수 있습니다.

6. 일단 새 카테고리를 추가하거나 기존 카테고리 이름을 수정한 후에는 사용자가 변경사항을 저장할 때 제품이 새 카테고리로 이동됨이 표시되고 **기존 제품 업데이트** 선택란이 설정됩니다. 이 선택란을 지우면 제품이 새 카테고리로 이동되지 않습니다.
7. 필요한 경우, 제품의 계층 구조에서 카테고리 이름을 조정할 수 있습니다. 새 카테고리 또는 변경된 카테고리는 굵은체로 표시됩니다.

다음 아이콘 중 하나가 **상태 열**에 표시됩니다.

•



이 제품의 카테고리가 변경되었으며 계층 구조 내의 하위 중 하나 이상에 변경사항이 있습니다.

•



이 제품의 카테고리가 변경되었으며 계층 구조 내의 하위가 변경사항을 상속했습니다.

•



계층 구조 내의 하위 중 하나 이상에 변경사항이 있습니다.

- 저장을 클릭하여 새 제품 또는 업데이트된 제품에 대한 �핑 변경을 커미트 하거나 **마지막 저장으로 되돌리기**를 클릭하여 이전에 저장한 변경사항으로 되돌리십시오.

관련 항목

『제품 계층 구조 �핑 가져오기 및 내보내기』

제품 계층 구조 �핑 가져오기 및 내보내기

이 태스크 정보

제품 계층 구조 �핑 화면에서 �핑을 작성하지 않고 �핑을 Excel로 내보내서 수동으로 수정할 수 있습니다. 기존 제품 계층 구조 �핑을 내보내려면 다음을 수행하십시오.

- 데이터 > 내보내기로 이동하여 보고서 드롭 다운에서 **제품 계층 구조 노드 대 카테고리 �핑**을 선택하십시오.

Export

Report

Report:
Product Hierarchy Node to Category Mapping

Description

Description:
Product Hierarchy Mappings

File Type

File Type:
 Microsoft Excel 97-2003 Microsoft Excel 2007 CSV

Get Record Count

Export Cancel Refresh

- 내보내기를 클릭하십시오.
- 내보내기 상태 화면에서 적절한 링크를 클릭하여 �핑 파일을 다운로드하십시오.

4. Excel 또는 원하는 편집기를 사용하여 파일을 편집하십시오.

파일 편집이 완료되면 파일을 다시 OpenLink로 가져올 수 있습니다.

1. 데이터 > 가져오기로 이동하여 데이터 유형 드롭 다운에서 제품 계층 구조 노드 대 카테고리 매핑을 선택하십시오.
2. 찾아보기를 클릭하여 사용자의 제품 계층 구조 매핑을 포함한 편집된 파일을 찾으십시오.
3. 가져오기를 클릭하십시오.

제품 계층 구조 매핑에 대한 가져오기를 올바르게 형식화하는 방법에 대한 자세한 정보는 IBM 담당자에게 문의하십시오.

제품 재분류

이 태스크 정보

구매 계층 구조가 "클래스 다시 지정" 등의 프로세스로 변경되거나 실수로 잘못된 카테고리에 배치된 경우, 제품을 재분류해야 합니다. OpenLink에서 항목을 성공적으로 이동하고 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스에서 예측할 준비를 하려면 이러한 단계가 완료되어야 합니다.

프로시저

1. 특정 제품에 대해 새 최적화 카테고리가 필요하다고 판단되는 경우, 이를 새로 작성하십시오.
2. 콘텐츠 편집 페이지 또는 카테고리 작업공간 페이지에서 항목을 이동하십시오.
3. 속성화 프로세스를 수행하십시오.
4. 모델링 또는 모델 새로 고치기 프로세스를 수행하십시오.
5. 앞으로 초기 제품 계층 구조 또는 IBM Omni-Channel Merchandising 제품 계층 구조를 사용하도록 결정하십시오.

관련 항목

- 159 페이지의 『새 최적화 카테고리 작성』
- 160 페이지의 『개별 제품을 카테고리로 이동』
- 161 페이지의 『분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동』
- 162 페이지의 『새 제품 속성화』

새 최적화 카테고리 작성

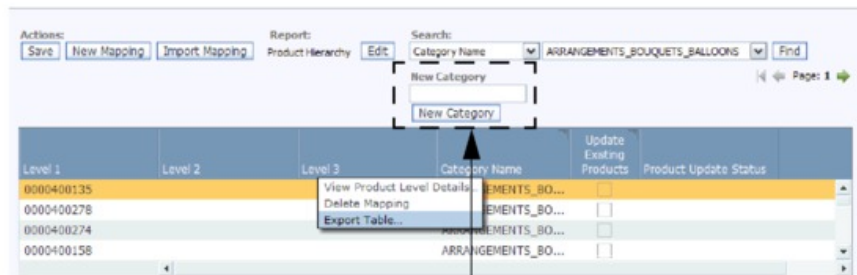
이 태스크 정보

OpenLink에서 새 최적화 카테고리를 작성할 수 있습니다.

새 최적화 카테고리를 작성하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink** > **카테고리 맵핑**을 선택하여 **카테고리 맵핑** 페이지를 여십시오.
2. **새 카테고리** 필드에 새 카테고리 이름을 입력하고 **새 카테고리** 단추를 클릭하십시오. 새 카테고리는 이 페이지의 **카테고리 이름** 드롭 다운 메뉴에서 사용 가능합니다.



Enter a new optimization category name and click New Category

3. 기존 카테고리 계층 구조에 대해 새 카테고리를 선택하려면 **카테고리 이름** 옆을 클릭하고 드롭 다운 목록에서 새 카테고리 이름을 선택하십시오.



4. 계층 구조 내의 모든 제품을 새 최적화 카테고리로 이동하려면 **기존 제품 업데이트** 선택란을 설정하십시오.
5. **카테고리 맵핑** 페이지의 왼쪽 상단 모서리에서 **저장**을 클릭하십시오. **제품 업데이트** 상태 열에 **기존 제품 업데이트 대기 중** 상태가 표시됩니다. 프로세스가 완료되고 메시지가 사라질 때까지 페이지를 새로 고치십시오.

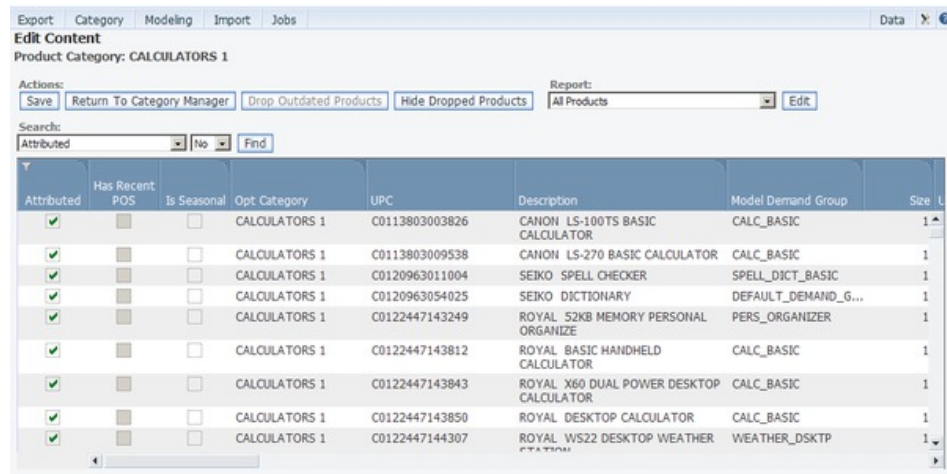
개별 제품을 카테고리 이동

이 태스크 정보

컨텐츠 편집 페이지 또는 카테고리 작업공간 페이지에서 개별 제품을 쉽게 새 카테고리로 이동할 수 있습니다.

컨텐츠 편집 페이지의 카테고리 사이에서 제품을 이동하려면 다음을 수행하십시오.

1. **OpenLink > 카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 이동할 제품이 있는 카테고리를 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 **컨텐츠 편집**을 선택하십시오. **컨텐츠 편집** 페이지가 표시됩니다.



Attributed	Has Recent POS	Is Seasonal	Opt Category	UPC	Description	Model Demand Group	Size
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803003826	CANON LS-100TS BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0113803009538	CANON LS-270 BASIC CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963011004	SEIKO SPELL CHECKER	SPELL_DICT_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0120963054025	SEIKO DICTIONARY	DEFAULT_DEMAND_G...	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143249	ROYAL 52KB MEMORY PERSONAL ORGANIZER	PERS_ORGANIZER	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143812	ROYAL BASIC HANDHELD CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143843	ROYAL X60 DUAL POWER DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447143850	ROYAL DESKTOP CALCULATOR	CALC_BASIC	1
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CALCULATORS 1	C0122447144307	ROYAL WS22 DESKTOP WEATHER STATION	WEATHER_DS KTP	1

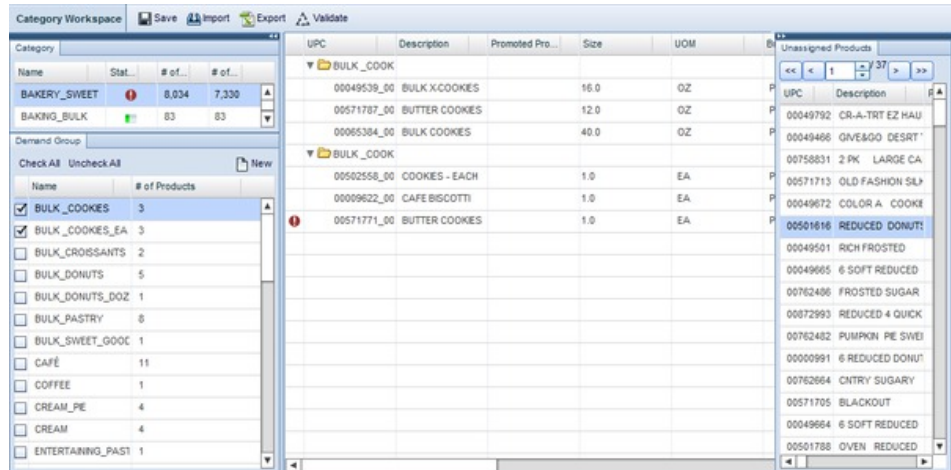
3. 보고서 드롭 다운 메뉴에서 **모든 제품 보고서**를 선택하십시오.
4. **최적화 카테고리** 열에서 이동할 제품을 클릭하고 카테고리의 드롭 다운 목록에서 새 카테고리를 선택하십시오. 그러면 제품이 새 최적화 카테고리에 지정됩니다.



5. **컨텐츠 편집** 페이지의 왼쪽 상단 모서리에서 **저장**을 클릭하십시오. 제품이 대상 카테고리, 기본 모델 그룹 및 새 최적화 카테고리에 대한 기본 모델 카테고리로 이동됩니다.

카테고리 작업공간 페이지의 카테고리 사이에서 제품을 이동하려면 다음을 수행하십시오.

1. **OpenLink > 카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **카테고리 작업공간**을 선택하여 **카테고리 작업공간** 페이지를 여십시오.



3. **카테고리** 패널에서 카테고리를 선택한 다음 **수요 그룹** 패널에서 하나 이상의 수요 그룹을 선택하십시오. 수요 그룹의 모든 제품이 페이지의 가운데에 있는 **지정된 제품 목록**에 표시됩니다.
4. **지정된 제품 목록** 내의 각 제품을 선택하여 **카테고리** 패널 내의 카테고리로 끌어 오십시오. 굵은 행 아래의 카테고리 위로 프로젝트 이름이 겹쳐 보이면 마우스 단추를 놓으십시오. 제품이 대상 카테고리의 기본 수요 그룹에 추가됩니다.

Name	Error	# of Prod...
ANALGESICS 1	265	350
ANALGESICS 1	265	356
ANALGESICS 1	200.0	353
ANALGESICS 2	265	353
ANALGESICS 3	265	353
ANALGESICS 4	265	353

You can select and drag a product from the Assigned Products panel to a category in the Category panel. The product will be added to the category underneath the bolded line.

분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동

일단 모든 제품 데이터를 OpenLink로 가져온 후에는 제품 파일의 모든 후속 재로드에서 초기 소매업체 제품 계층 구조가 아니라 IBM Omni-Channel Merchandising 카테고리를 사용합니다. 애플리케이션이 제품 파일에서 새 제품 계층 구조를 인식하지 못하면 제품이 기본 최적화 카테고리인

UNCATEGORIZED로 이동됩니다. 콘텐츠 편집 페이지 또는 카테고리 작업공간 페이지에서 해당 제품을 카테고리에 지정할 수 있습니다. 자세한 정보는 161 페이지의 『분류되지 않은 제품을 카테고리로 이동』의 내용을 참조하십시오.

새 제품 속성화

이 태스크 정보

일단 제품이 새 최적화 카테고리로 승인되면 수요 그룹 구조에 지정되고 새 카테고리 구조에서 동등화되어야 합니다. 콘텐츠 편집 페이지 또는 카테고리 작업공간 페이지에서 직접 제품을 속성화할 수 있습니다.

이 프로세스로 인해 카테고리에 입력하는 제품이 예측에 포함될 수 있습니다. 제품이 수요 그룹 구조에 지정되지 않으면 예측에서 제외되어 결과적으로 예측 및 실제 결과 사이에 차이가 발생합니다. 속성화 프로세스에 대한 자세한 정보는 97 페이지의 제 5 장 『속성화 준비』의 내용을 참조하십시오. 크기 및 UOM 동등화에 대한 자세한 정보는 117 페이지의 『크기 및 UOM 동등화』의 내용을 참조하십시오.

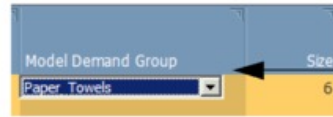
참고: 콘텐츠 편집 및 카테고리 작업공간 페이지에 액세스하려면 속성 사용 권한을 설정해야 합니다.

콘텐츠 편집 페이지에서 카테고리 내의 새 제품을 속성화하려면 다음을 수행하십시오.

1. **카테고리 관리자** 페이지에서 사용자가 속성화할 제품이 있는 카테고리를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 **콘텐츠 편집**을 선택하십시오. 카테고리 내의 새 제품은 일반적으로 속성화 및 모델링이 수행되어 있지 않으며 기본 수요 그룹이 있습니다.

Attributed	Has Recent POS	Opt. Category	UPC	Description	Model Demand Group
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0301258703100	HANDWIPE DISPOSABLE TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0301310050123	HOLIDAY PRINT TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0301310077030	SPA PAPER TOWELS 3 ROLL	DEFAULT_DEMAND_GROUP
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0303040000061	SPARKLE TWLS WHT BRDR PRINT	DEFAULT_DEMAND_GROUP
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PAPER TOWELS 3	P0303040000076	SPARKLE 3 RL PAPER TOWELS	DEFAULT_DEMAND_GROUP

2. **모델 수요 그룹** 열을 클릭하고 드롭 다운 목록에서 기존 수요 그룹을 선택하십시오. 그러면 자동으로 적절한 모델 카테고리가 제품에 지정됩니다.

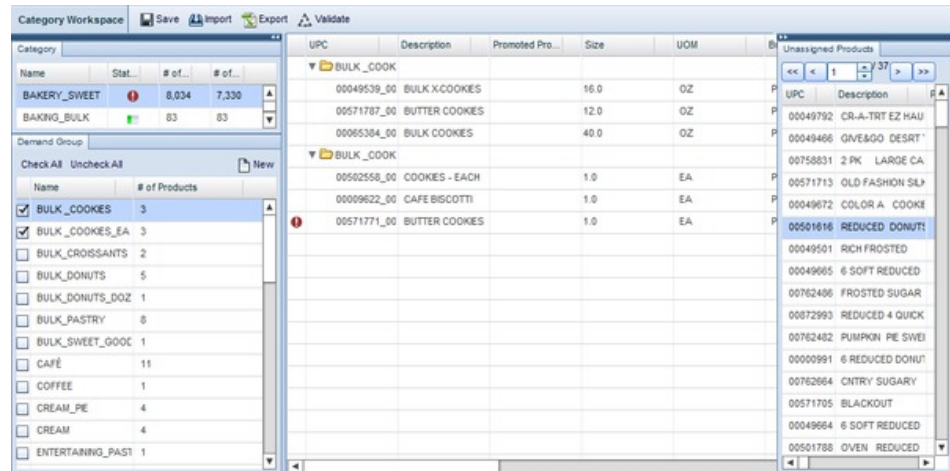


Choose an existing Demand Group for the category from the Model Demand Group drop-down list

3. 이 페이지에서 나머지 속성화 프로세스를 완료하여 카테고리를 모델링할 수 있도록 준비하십시오.
4. 콘텐츠 편집 페이지의 왼쪽 상단 모서리에서 저장을 클릭하십시오.

카테고리 작업공간 페이지에서 카테고리 내의 새 제품을 속성화하려면 다음을 수행하십시오.

1. **OpenLink > 카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 **카테고리 작업공간**을 선택하여 **카테고리 작업공간** 페이지를 여십시오.



3. **카테고리** 패널에서 카테고리를 선택하십시오. 지정되지 않은 모든 제품이 카테고리의 기본 수요 그룹에 저장되고 **지정되지 않은 제품** 패널에 표시됩니다. 카테고리 내의 새 제품은 일반적으로 속성화 및 모델링이 수행되어 있지 않습니다.
4. **지정되지 않은 제품** 패널 내의 각 제품을 선택하여 **수요 그룹** 패널 내의 수요 그룹으로 끌어 오십시오. 굵은 행 아래의 수요 그룹 위로 프로젝트 이름이 겹쳐 보이면 마우스 단추를 놓으십시오. 제품이 대상 수요 그룹에 추가됩니다.

수요 그룹을 선택하여 제품을 페이지 중간의 **지정된 제품** 목록으로 직접 끌어올 수도 있습니다. 제품이 굵은체 행 아래의 새 행에 추가됩니다.

UPC	Description	Size	UOM	Brand	Attributed
ACETAMINOPH					
A1031981000892	EXCEDRIN SOCI...TE	50.0 TABL	CT	EXCEDRIN	No
A1030045048205	X ST. TY PM 50IS C	54.0	CT	TYENOL	No
A1030045070230	TYLENOL PM ARTH	100.0	CT	TYLENOL	No

관련 항목

『새 수요 그룹 작성』

새 수요 그룹 작성

이 태스크 정보

선택할 수 있는 새 수요 그룹은 수요 그룹 관리자 페이지 또는 카테고리 작업공간 페이지에서 작성할 수 있습니다.

참고: 카테고리 작업공간 페이지에 액세스하려면 속성 사용 권한을 설정해야 합니다.

수요 그룹 관리자 페이지에서 새 수요 그룹을 작성하려면 다음을 수행하십시오.

1. 카테고리 관리자 페이지에서 새 수요 그룹이 필요한 카테고리를 마우스 오른쪽 단추로 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 수요 그룹 관리자를 선택하십시오. 수요 그룹 관리자 페이지가 표시됩니다.

Name	Description	NumProd...
ACETAMINOPH	ACETAMINOPH	151
DEFAULT_DEMAND_GROUP	Default Demand Group	3
DROPPED_FROM_MODELING	Dropped From Modeling	0
BUPROFEN	BUPROFEN	158
MOTION_SICKN	MOTION_SICKN	9
SEDATIVE	SEDATIVE	28
STIMULANT	STIMULANT	7

2. 새 수요 그룹을 클릭하십시오. **New_DemandGroup**이라는 이름의 새 수요 그룹이 수요 그룹 관리자에 추가됩니다. 이 이름 필드를 클릭하여 이름을 변경할 수 있으나 고유해야 합니다.

참고: 수요 그룹 이름은 50자를 초과할 수 없습니다.

Name	Description	# of Products
FRESH_CUT_MIXED_GREENS	FRESH_CUT_MIXED_GREENS	16
FRESH_CUT_POMS	FRESH_CUT_POMS	21
HARDGOOD_CONTAINER_PLANTER	Default Demand Group	0
HARDGOOD_SUPPLY	HARDGOOD_SUPPLY	1
HRDGD_CONTAINER_PLANTER	HRDGD_CONTAINER_PLANTER	1
New_DemandGroup		0

Click the New_DemandGroup name field to change the name

3. 수요 그룹 관리자 페이지의 왼쪽 상단 모서리에서 **저장**을 클릭하십시오. 이제 전체 애플리케이션을 통해 새 수요 그룹을 사용할 수 있습니다.

카테고리 작업공간 페이지에서 새 수요 그룹을 작성하려면 다음을 수행하십시오.

1. 카테고리 작업공간 페이지의 수요 그룹 패널의 오른쪽 맨 위 모서리에서 **새로 작성**을 클릭하십시오.
2. 새 수요 그룹 대화 상자에 고유 수요 그룹 이름을 입력하고 **작성**을 클릭하십시오.
3. 표시되는 상태 메시지에서 **확인**을 클릭하면 새 수요 그룹이 수요 그룹 목록의 끝에 추가됩니다.

제품 계층 구조 대체 설정

이 태스크 정보

제품 계층 구조를 변경할 때 여러 제품 계층 구조가 최적화 용도로 관리할 수 있도록 소매업체 시스템으로 다시 플로우되지 않습니다. 소매업체에서 매주 시스템에 데이터를 전송하므로 제품 계층 구조에 대한 변경사항이 소매업체의 후속 데이터 로드로 대체되지 않도록 해야 합니다. 가져온 카테고리 맵이 항상 새 소매업체 제품 파일 카테고리 매핑을 대체하도록 **컨텐츠 편집** 페이지 또는 **제품 레벨 세부사항** 페이지에서 **맵 사용** 설정을 지울 수 있습니다.

참고: 소매업체 제품 파일에 주요한 재구성이 있는 경우, 다음 제품 파일 로드와 함께 큰 규모의 카테고리 변경사항이 캡처되도록 **맵 사용** 설정을 선택해야 하는 경우도 있습니다.

컨텐츠 편집 페이지에서 제품 계층 구조를 대체하려면 다음을 수행하십시오.

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.

2. 마우스 오른쪽 단추로 변경된 카테고리 계층 구조를 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 **컨텐츠 편집**을 선택하십시오. **컨텐츠 편집** 페이지가 표시됩니다.
3. **모든 제품** 보고서에서 각 제품 옆의 **제품 맵 사용** 선택란이 지워졌는지 확인하십시오. 이 선택란이 공백이면 소매업체 제품 파일 카테고리 매핑을 가져올 때마다 카테고리 맵이 이를 대체합니다. 이 설정이 기본 설정입니다.

제품 레벨 세부사항 페이지에서 제품 계층 구조를 대체하려면 다음을 수행하십시오.

1. **OpenLink > 카테고리 매핑**을 선택하여 **카테고리 매핑** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 변경된 카테고리 계층 구조를 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 **제품 레벨 세부사항 보기**를 선택하십시오. **제품 레벨 세부사항** 페이지가 표시됩니다.
3. **제품 맵 세부사항** 보고서에서 각 제품 옆의 **맵 사용** 선택란이 지워졌는지 확인하십시오. 이 선택란이 공백이면 소매업체 제품 파일 카테고리 매핑을 가져올 때마다 카테고리 맵이 이를 대체합니다. 이 설정이 기본 설정입니다.

PIF 속성 열 구성

이 태스크 정보

PIF에 속성화 용도 또는 Everyday Price Optimization and Everyday Price Management 규칙에 대해 유용한 추가 필드를 포함하도록 구성할 수 있습니다. 이러한 제품 속성 선택 및 PIF에서의 순서 결정은 회사 내의 모든 사용자를 위해 한 번만 수행하면 되는 관리 프로시저입니다.

이러한 참조 필드는 속성화에 유용합니다.

- 참조 레벨 1-12 코드 및 설명
- 참조 속성 0-9

이러한 제품 관계 필드는 가격 애플리케이션 내의 최적화 규칙에만 필요합니다.

- 라인 그룹(판촉 계획 및 최적화에 유용함)
- 사전 가격
- 크기 제품군
- 크기 클래스
- 브랜드 제품군
- 브랜드 클래스
- 기타 제품군 1
- 기타 클래스 1
- 기타 제품군 2

- 기타 클래스 2

참고: PIF 열을 구성하려면 **PIF 열 구성 사용 권한**이 설정되어 있어야 합니다.

PIF 속성 열을 구성하려면 다음을 수행하십시오.

프로시저

1. **OpenLink > PIF 열 구성**을 선택하여 **PIF 열 구성** 페이지를 여십시오. 열이 PIF에 표시될 때의 열 이름이 제품 데이터베이스 레코드의 샘플 속성 값과 함께 나열됩니다. 샘플 값은 열이 속성화 프로세스에 유용할지 여부를 판별하는 데 도움이 됩니다.

Export Order	Export	Name	Sample Value
1	<input checked="" type="checkbox"/>	Size Class	MEDIUM
2	<input checked="" type="checkbox"/>	Size Family	PAIN CAPLET
3	<input checked="" type="checkbox"/>	Brand Class	NATIONAL BRAND
4	<input checked="" type="checkbox"/>	Brand Family	PAIN_RELIEF_CAPS
5	<input checked="" type="checkbox"/>	Line Group	LP_00838910
6	<input checked="" type="checkbox"/>	Is Pre Priced	0

2. PIF 내보내기에 포함할 **포함 열**에서 속성 열을 설정하십시오. 기본적으로 다음 열이 설정되며 사용자가 지울 수 있습니다.
 - 크기 클래스
 - 크기 제품군
 - 브랜드 클래스
 - 브랜드 제품군
 - 라인 그룹
 - 사전 가격 책정
 - 레벨1설명
 - 레벨2설명
 - 레벨3설명
 - 레벨4설명
 - 레벨5설명
 - 레벨6설명
3. **순서 열**을 클릭하여 열 순서를 변경할 수 있습니다. 해당 속성이 내보낸 PIF의 기타 속성 열의 오른쪽에 있는 블록에 모두 표시됩니다.

카테고리 관리

이 태스크 정보

카테고리 계층 구조를 재구성하거나 모든 제품을 한 카테고리에서 다른 카테고리로 이동한 후에 일부 카테고리가 쓸모 없게 될 수 있습니다. **카테고리 관리자** 페이지에서 이러한 카테고리를 쉽게 삭제하여 불필요한 항목을 줄일 수 있습니다.

카테고리에 대해 새 이름 지정 규칙을 채택하거나 카테고리에 잘못된 이름을 지정했을 수 있습니다. 또한 **카테고리 관리자**에서도 카테고리의 이름을 변경할 수 있습니다. 그러나 기본 UNCATEGORIZED 카테고리나 같이 예약된 것으로 간주되는 카테고리는 이름을 변경할 수 없습니다.

참고: 제품 카테고리를 삭제하려면 **카테고리 삭제 사용 권한**이 설정되어 있어야 하며 제품 카테고리의 이름을 변경하려면 **카테고리 이름 변경 사용 권한**이 설정되어 있어야 합니다.

카테고리의 이름을 변경하려면 다음을 수행하십시오.

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 **이름 변경**을 선택하십시오.

참고: 카테고리에 대해 아직 완료되지 않은 모델링 작업이 있으면 확인 메시지가 표시됩니다. 카테고리의 이름을 변경하면 모델링 작업이 실패할 수 있습니다. 이름 변경을 계속하려면 **예**를 클릭하십시오.

3. 표시되는 대화 상자에 고유 카테고리 이름을 입력하고 **저장**을 클릭하십시오. **카테고리 관리자**에서 카테고리 이름이 변경됩니다.

카테고리를 삭제하려면 다음을 수행하십시오.

1. **OpenLink** > **카테고리 관리자**를 선택하여 **카테고리 관리자** 페이지를 여십시오.
2. 마우스 오른쪽 단추로 카테고리를 클릭하고 컨텍스트 메뉴에서 **삭제**를 선택하십시오. 다음 조건의 카테고리를 삭제할 수 있습니다.
 - 카테고리 내에 제품이 없거나 현재 해당 카테고리로 이동 중인 제품이 없음
 - 카테고리 내에 시나리오, CPI, 카테고리 그룹, 규칙 그룹 또는 제품 그룹이 없음
 - 카테고리 내에 판촉, 일정 또는 패키지가 없음

- 카테고리 내에 마크다운 계획이 없음
3. 모든 조건을 충족하는 경우, 확인 메시지가 표시됩니다. 삭제를 계속하려면 예를 클릭하십시오.

참고: 삭제된 카테고리가 있는 모든 맵핑이 **카테고리 맵핑** 페이지에서 제거됩니다. 이 페이지에 대한 자세한 정보는 153 페이지의 『카테고리 맵 가져오기』의 내용을 참조하십시오.

관련 항목

153 페이지의 『카테고리 맵 가져오기』

제 8 장 작업 스케줄러

작업 스케줄러는 IBM Omni-Channel Merchandising 서비스에서 자동화된 작업을 관리하는 데 사용됩니다.

작업이란 잘 정의된 입력, 출력 및 종속 항목이 있는 IBM Omni-Channel Merchandising 프로시저 또는 워크플로우입니다. 작업의 예로는 작업 모델링, 가져오기, 내보내기, 제품 상태 분석기 활동 및 자동화된 가격 업데이트 등이 있습니다. 작업은 빈도뿐만 아니라 시작 시간 및 날짜로 스케줄링할 수 있습니다. 또한 작업 실행 기록을 볼 수 있습니다.

관련 항목

『새 작업 작성』

새 작업을 작성하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 새 작업은 **작업 스케줄러** 페이지에서 작성하고 스케줄링할 수 있습니다.

177 페이지의 『작업 편집』

작업을 편집하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

178 페이지의 『작업 삭제』

작업을 삭제하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

178 페이지의 『작업 실행 기록 보기』

작업 실행 기록을 보려면 이 프로시저를 사용하십시오.

새 작업 작성

새 작업을 작성하려면 이 프로시저를 사용하십시오. 새 작업은 **작업 스케줄러** 페이지에서 작성하고 스케줄링할 수 있습니다.

프로시저

1. **관리 > 설정 > 작업 스케줄러**를 선택하여 **작업 스케줄러** 페이지를 여십시오. 페이지에 작업 유형, 작업 정의 및 설명, 최근 시작 날짜, 최근 실행 상태(스케줄링됨, 시작됨, 실행 중, 완료됨, 오류), 다음 시작 날짜, 작업 상태(활성, 비활성, 완료됨) 및 작업을 시작한 사용자 기준으로 모든 작업이 나열됩니다.

참고: 작업 스케줄러 서비스를 사용할 수 없으면 오류 메시지가 표시되고 작업을 작성할 수 없습니다. 도움이 필요하면 IBM Omni-Channel Merchandising 담당자에게 문의하십시오.

2. **새 작업을** 클릭하여 **새 작업** 대화 상자를 여십시오.

3. 작업을 정의하려면 다음 작업 유형 및 작업 정의 중 하나를 선택하고 관련 작업 세부사항을 입력하십시오.

작업 유형...	작업 정의	작업 세부사항
가져오기	<p>스테이징 가져오기 - IVA 프레임워크를 사용하여 데이터를 가져옵니다.</p> <p>Rapids - Rapids 프레임워크를 사용하여 대량 데이터를 가져옵니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>데이터 유형 - (스테이징 가져오기 및 Rapids) 가져올 데이터 유형.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>가져오기 이후 동작/단순 동작 - 데이터를 가져온 후 동작을 설명합니다.</p> <p>승인 - 데이터베이스로 가져온 데이터를 가져옵니다.</p> <p>유효성 검사 - 데이터 유효성 검사 이후 가져오기 프로세스를 중지합니다.</p>
내보내기	<p>판촉 예측 내보내기 - 상점, 제품, 주 레벨에서 단위 볼륨의 예측을 내보냅니다.</p> <p>MC 성과 세부사항 내보내기 - Master Calendar에서 성과 세부사항을 내보냅니다.</p> <p>확장된 MC 성과 세부사항 내보내기 - 공용 일정에서 판촉에 속하는 성과 세부사항을 내보냅니다.</p> <p>확장된 이벤트 세부사항 내보내기 - 공용 일정에서 판촉에 속하는 이벤트 및 연관된 세부사항을 내보냅니다.</p> <p>이벤트 세부사항 내보내기 - 상점 및 위치 그룹 클래스를 포함하는 이벤트 및 연관된 세부사항을 내보냅니다.</p> <p>판촉 TPM 내보내기 - SAP TPM과 통합을 위한 판촉 세부사항을 내보냅니다.</p> <p>마크다운 가격 내보내기 - 구현을 위해 시나리오가 승인된 경우 상점으로 권장 가격을 내보냅니다.</p> <p>캠페인 세부사항 내보내기 - 현재 사용되지 않습니다.</p> <p>패키지 세부사항 내보내기 - 패키지 머리글 정보, 위치 그룹, 제품 그룹, 제품 그룹 세부사항을 포함하는 패키지 및 연관된 세부사항을 내보냅니다.</p> <p>표시 계획 내보내기 - 표시 계획 기능에서 모든 표시 계획 정보를 내보냅니다.</p> <p>사용자 정의 내보내기 - 제품 대 제품 및 라인 대 라인 관계와 같이 사용자 정의된 데이터 유형을 내보냅니다. 이는 주로 IBM Omni-Channel Merchandising 기술 서비스에서 사용됩니다.</p> <p>가격 시나리오 내보내기 - 가격 업데이트의 세부사항을 내보냅니다. 이 내보내기에는 모든 가격 보고서의 모든 필드가 포함됩니다.</p> <p>상품구성 내보내기 - 플래노그램-클러스터 제품 데이터, 구성 가능한 제품 속성 및 지표 세트, 승인 날짜 및 클러스터 세부사항(상점)을 내보냅니다. 또한 상점에서 클러스터로의 맵핑이 나열된 클러스터-상점 파일도 포함됩니다. 승인을 위해 표시된 모든 시나리오도 내보냅니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>내보내기 작업 정의 - 사용자 정의된 내보내기 작업 정의.</p> <p>중분 내보내기 또는 전체 내보내기 - 중분 내보내기는 마지막 내보내기 이후에 변경된 요소만 내보냅니다. 전체 내보내기는 모든 요소를 내보냅니다.</p> <p>지리적 레벨 또는 국가적 레벨에서 집계 - 예측을 내보내는 레벨.</p> <p>내보내기 파일 디렉토리 내보낸 파일을 저장하는 디렉토리.</p> <p>내보내기 파일 압축 임계값 - 지정된 압축 임계값(바이트). 임계값보다 큰 내보낸 파일은 압축되어 내보내기 디렉토리에 저장됩니다.</p> <p>마크다운만:</p> <p>권장 기간 내보내기 - 이번 주 또는 지금부터 마지막 주까지 권장 가격을 내보냅니다.</p> <p>가격 권장사항 - 이전에 내보낸 가격에서 변경된 가격 권장사항만 또는 모든 가격 권장사항을 내보냅니다.</p> <p>마크다운 가격 내보내기 임계값 - 이전에 내보낸 권장 가격과 비교하여 새 권장 가격을 내보내는 임계값. 예를 들어, 값이 0.10이면 이전 및 현재 권장사항 간 차이가 최소 10센트 이상임을 의미합니다.</p> <p>이미 내보낸 권장사항 제외 - 예로 설정하면 이미 내보낸 권장 가격을 제외합니다. 아니오로 설정하면 이미 내보낸 권장 가격을 다시 내보냅니다.</p>

작업 유형...	작업 정의	작업 세부사항
가격 전달	<p>기본 가격 전달 - 부서 레벨에서 상점 및 제품의 기본 가격.</p> <p>기본 가격 전달(구역 레벨) - 구역 레벨에서의 기본 가격.</p> <p>빠른 가격 결정 - 정규 시나리오 프로세스 외부의 상점에 직접 빠른 가격을 내보냅니다.</p> <p>빠른 가격 결정(구역 레벨) - 빠른 가격 내보내기 파일을 생성하기 위해 구역 레벨 내보내기 테이블에서 읽습니다.</p> <p>이전가격(내부거래 가격) - 이전가격(내부거래 가격)을 포함하는 내보내기 파일을 생성합니다.</p> <p>기본 및 이전가격(내부거래 가격) - 기본 가격 및 이전가격(내부거래 가격)을 포함하는 내보내기 파일을 생성합니다.</p> <p>사용자 정의 전달 - 내부에서 사용됩니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>부서 - 프로세스의 부서.</p>
시나리오 및 데이터 유지보수	<p>가격 시나리오 삭제 - 매일 가격 최적화 및 매일 가격 관리에서 사용하지 않은 시나리오와 오래된 시나리오를 삭제합니다.</p> <p>경쟁사 데이터 삭제 - 지정된 일 수보다 오래된, 오래된 경쟁사 데이터를 데이터베이스에서 지웁니다.</p> <p>시나리오 아카이브 - 시스템 성능을 향상시키기 위해 지정된 일 수보다 오래된 시나리오를 아카이브합니다(권장: 180일). 다음 시나리오 유형은 아카이브에 포함되지 않습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 제품 시나리오 • 카테고리-부서에서 마지막으로 실행한 시나리오 • "보관"으로 표시된 시나리오 • 삭제 보류 중 상태인 시나리오를 영구적으로 삭제(시나리오 제거) 	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>카테고리 - 프로세스의 카테고리.</p> <p>부서 - 프로세스의 부서.</p> <p>경쟁사 - 경쟁사 데이터 소프트웨어 삭제에 대한 특정 경쟁사.</p> <p>다음보다 오래됨(일 수) - 데이터를 삭제하기 전 경과해야 하는 일 수 (시나리오 실행 날짜에서 계산).</p>
가격 유지보수	<p>가격 업데이트 - 데이터 변경을 조회하고 가격 업데이트를 실행하는 프로세스를 실행합니다. 이는 가격 업데이트를 트리거할 수 있는 데이터 변경의 기본 유형입니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 새 벤더 비용 • 새 경쟁 정보 • 새 준수 • 새 제품 • 새 VAT 비율 • 구역 구조 <p>다시 계산 - IBM Omni-Channel Merchandising이 자동으로 가격 대체 데이터를 가져온 대상 시나리오를 다시 계산합니다. 이 시나리오의 상태는 다시 계산하십시오! 최적화된 가격이 변경되었습니다.이 며, 작업에 대해 선택한 카테고리 및 부서에 속합니다.</p> <p>규칙 가격 - 규칙 기반 가격 책정 시나리오의 규칙 가격 책정 프로세스를 스케줄링하여 변경사항을 찾고 자동으로 규칙 가격 책정을 실행합니다.</p> <p>가격 승인 - 내보내지 않았으며 운용 가격 승인 화면에 표시되는 경우 모든 시나리오를 내보내기 승인으로 표시합니다. 제품이 자동으로 승인되는 경우 알림을 보내려면 자동화된 가격 승인 작업 상태 경고에 등록합니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>카테고리 - 프로세스의 카테고리. 카테고리는 Ctrl-클릭을 사용하여 다중 선택이 가능합니다. 또는 Shift-클릭을 사용하여 인접한 다중 카테고리를 선택할 수 있습니다.</p> <p>부서 - 프로세스의 부서.</p> <p>데이터 유형(선택적) - 가격 업데이트가 실행되기 전에 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink를 통해 로드되어야 하는 데이터 파일입니다. 카테고리/부서의 데이터 파일 로드에 실패하면 이메일 알림이 전송됩니다. 데이터를 성공적으로 로드한 카테고리/부서에서 프로세스가 실행됩니다.</p>

작업 유형...	작업 정의	작업 세부사항
제품 상태 계산	<p>제품 상태 분석기 - 판매 기록에 기반한 상점-제품 레벨에서 상태를 전가하기 위해 PSR 프로세스를 실행합니다.</p> <p>제품 통계 요약 - 판매 데이터에서 다양한 요약 통계를 계산하기 위해 프로세스를 실행합니다.</p> <p>최적화 제품 통계 - 상점 레벨에서 모델링 계수로 활성 제품을 계산하고 제품 레벨에서 평균 가격 및 비용을 계산하는 프로세스를 실행합니다. 이는 상점 링크 전에 실행해야 합니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>카테고리 - 프로세스의 카테고리. 카테고리는 Ctrl-클릭을 사용하여 다중 선택이 가능합니다. 또는 Shift-클릭을 사용하여 인접한 다중 카테고리를 선택할 수 있습니다.</p>
워크플로우	<p>OpenLink 워크플로우 - 제품, 비용, 위치와 같은 데이터를 올바른 순서로 자동 로드하는 워크플로우.</p> <p>OpenLink 자동 데이터 로드 - 사전에 구성된 빈도로 데이터 파일이 도달한 후 즉시 인바운드 데이터를 자동으로 로드할 수 있습니다. 이 워크플로우를 사용하면 데이터 로드 프로세스 또는 기타 워크플로우를 데이터 파일의 예상 도착 시간에 기반하여 스케줄링하지 않아도 됩니다.</p> <p>참고: 이 작업을 사용하려면 OpenLink 자동 데이터 로드 사용 권한이 있어야 합니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>워크플로우 - 프로세스의 워크플로우.</p> <p>폴링 간격(분 단위) - 워크플로우가 파일 시스템에서 새 데이터 파일을 검색하는 빈도입니다. 폴링 간격을 10분 이상으로 설정하는 것이 좋습니다.</p> <p>폴링 시간(시간) - 워크플로우가 새 데이터 파일을 폴링하는 시간. 이 매개변수는 모든 데이터 로드를 고정된 시간 범위로 한정하는 데 사용됩니다.</p>
모델링	<p>모델링 작업 - 모델링 작업을 실행합니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>제품 카테고리 - 프로세스의 카테고리.</p> <p>기본 모델링 작업 - 제품 카테고리 및 연관된 모델링 작업. 모든 반복은 기본 모델링 작업의 사본입니다.</p>
최적화	<p>마크다운 다시 최적화 - 마크다운 다시 최적화를 실행합니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>카테고리 - 프로세스의 카테고리.</p> <p>부서 - 프로세스의 부서.</p>

작업 유형...	작업 정의	작업 세부사항
기타	<p>알림 요약 - 이메일 메시지를 누적하고 매일 또는 매주 일괄처리로 사용자에게 전송합니다.</p> <p>이벤트 시간 기반 잠금 - 잠금 임계값을 초과하는 이벤트를 잠그는 프로세스를 실행합니다.</p> <p>모델 상태 계산 - 모든 카테고리에서 모델 상태 계산을 실행합니다. 그러면 모델 상태 보고서가 업데이트됩니다.</p> <p>TLog MBI 계산 - 장바구니 지표에 대한 계산을 실행합니다. 그러면 홈 페이지의 Market Basket Insights 보고서 및 판촉 최적화 제품 선택도구에서 MBI 지표가 업데이트됩니다. 이 때, 사전에 처리되어 IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink에 의해 유효성 검사가 수행된 트랜잭션 로그 데이터가 사용됩니다. 이 작업은 일주일에 한 번 실행하도록 구성되어야 합니다.</p> <p>경쟁 가격 롤오버 - 경쟁 가격 기록 데이터 저장소에서 구역 레벨 경쟁 가격 항목으로 경쟁 가격을 로드합니다.</p> <p>새 제품 자동 지정 - IBM Omni-Channel Merchandising OpenLink의 새 제품에 기존 수요 그룹을 지정하기 위한 프로세스를 실행합니다. 카테고리 드롭 다운 메뉴에서 하나 이상의 선택된 카테고리에 대해 또는 모든 카테고리(기본값)에 대해 실행할 수 있습니다.</p> <p>차익 기반 비용 계산 - 사용자가 정의한 제품의 차익에서 비용을 계산하는 프로세스를 실행합니다.</p> <p>마크다운 계획 시나리오 제거 - Markdown Optimization에서 소프트웨어 삭제된 마크다운 계획 및 시나리오를 영구적으로 삭제합니다.</p> <p>상점 배포 펼치기 - 판촉 최적화 애플리케이션의 전체 상점 세트에서 예측을 수신할 수 있도록 기존 상점에서 새 상점으로 새 제품의 모델링 계수를 복사합니다. 새 제품의 경우 새 상점에는 예측에 사용되는 모델링 계수를 평가하기 위한 기록이 없습니다.</p> <p>참고: 이 작업을 사용하려면 상점 작업 전체에서 복사 계수 사용 권한이 있어야 합니다.</p> <p>CP용 상점 배포 펼치기 - 판촉 최적화 애플리케이션에서 예측을 수신할 수 있도록 기존 위치에서 새 위치로 새 제품의 모델링 계수를 복사합니다.</p> <p>참고: 이 작업을 사용하려면 상점 작업 전체에서 복사 계수 사용 권한이 있어야 합니다.</p> <p>충돌 검출 - 정기적으로 충돌 검출 검사를 실행하는 데 사용됩니다. 그러면 팀 및 공용 일정의 항목에서 충돌이 없는지 유효성을 검사합니다.</p> <p>데이터 가져오기 모니터 - 크기 및 로드 시간에 대한 예상 범위를 벗어나지 않도록 최근 데이터 가져오기를 확인합니다. 또한 비정상적인 데이터 로드와 누락된 파일이 있는지 확인하여 오류가 있는 경우 적절히 경고를 전송합니다.</p> <p>표시 계획 유효성 검사 - 표시 계획 특성이 충돌하지 않는지 확인하고 오류가 있으면 적절히 경고를 제공합니다.</p> <p>이벤트 유효성 검사 - 이벤트 계획에서 작성된 이벤트 사이에 충돌이 있는지 탐지하고 오류가 있으면 적절히 경고를 제공합니다.</p> <p>마케팅 일정 집계 - 이벤트 계획에서 작성된 이벤트의 예측 및 실제 데이터를 사전 집계하여 향후 계획 중에 이러한 계산을 사용할 수 있도록 합니다.</p>	<p>설명 - ID로 사용되는 작업에 대한 설명.</p> <p>활성/비활성 - (모든 작업에서 공통됨) 이 선택란을 설정한 경우 작업의 스케줄은 활성 상태입니다. 선택 취소된 경우 작업 스케줄러는 작업을 실행하지 않습니다.</p> <p>카테고리 - (DG 자동 지정에 적용 가능) 새 제품에 수요 그룹을 지정하는 카테고리.</p> <p>마크다운만:</p> <p>날짜 유형 - 계획 시작 날짜를 선택한 경우 계획 시작 날짜가 지정된 마감 날짜 값보다 이전인 모든 계획이 삭제됩니다. 계획 종료 날짜를 선택한 경우 계획 종료 날짜가 지정된 마감 날짜 값보다 이전인 모든 계획이 삭제됩니다.</p> <p>마감 날짜 계획을 삭제하는 마감 날짜(MM/DD/YYYY 형식). 계획 시작 날짜 또는 계획 종료 날짜가 이 날짜보다 이전인 모든 계획이 삭제됩니다.</p>

작업 유형...	작업 정의	작업 세부사항
<p>판촉 데이터 유지 보수</p>	<p>판촉 제거 - Promotion Management 및 Promotion Optimization에서 소프트 삭제된 판촉을 영구 삭제합니다.</p> <p>판촉 자동 예측 - 판촉을 날짜 범위, 계산 상태, 워크플로우 상태 및 카테고리별로 자동으로 예측하도록 선택할 수 있습니다. 자동 예측을 실행할 스케줄을 지정할 수 있습니다. 또한 카테고리의 재모델링 또는 모델의 재보정과 같은 업데이트를 적용하기 위해 판촉을 다시 예측할 수 있습니다. 이 작업은 특정 조건을 만족하는 판촉을 다시 예측합니다.</p> <p>작업 스케줄러에서, 공용 일정에 있는 판촉을 사용으로 설정하여 다음 조건을 사용하는 자동 예측에 대해 자격을 갖도록 하십시오.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 자동 예측을 수행할 판촉을 워크플로우 상태별로 선택하십시오. 다음 상태를 임의로 조합하여 선택할 수 있습니다. <ul style="list-style-type: none"> - 초안 - 공용 일정 - 팀 일정 - 팀 및 공용 일정 • 자동 예측을 수행할 판촉의 날짜 범위를 정의하십시오. 예를 들어 오늘부터 6 - 8주 사이에 시작되도록 설정된 모든 판촉의 자동 예측을 지정할 수 있습니다. 이렇게 하면 다음 6주 이내에 시작되도록 설정된 판촉에 대해서는 자동 예측을 수행하지 않습니다. • 자동 예측을 종료할 종료 날짜 및 시간을 설정하십시오. <p>참고: 판촉은 숫자 제한 없이 자동 예측 자격을 얻을 수 있지만 자동 예측을 수행할 최대 판촉 수는 60개입니다. 판촉 작업 스케줄러 옵션은 시스템 설정을 통해 제어됩니다. 시스템 설정에 대한 자세한 정보는 IBM 담당자에게 문의하십시오.</p> <p>UEF 할당 제거 - Promotion Management 및 Promotion Optimization에서 소프트 삭제된 UEF 할당을 영구 삭제합니다.</p> <p>위치 그룹 클래스 제거 - Promotion Management 및 Promotion Optimization에서 소프트 삭제된 위치 그룹 클래스를 영구 삭제합니다.</p> <p>판촉 가격 충돌 보고서 - 판촉된 가격 충돌 보고서를 실행합니다.</p> <p>제품 개수 업데이트 - 최신 개수를 반영하도록 제품 개수를 업데이트합니다.</p> <p>판촉 POS 일별 제거 - Promotion Management 및 Promotion Optimization에서 소프트 삭제된 일별 POS 데이터를 영구 삭제합니다.</p> <p>판촉 제품 카테고리 제거 - Promotion Management 및 Promotion Optimization에서 소프트 삭제된 제품 카테고리를 영구 삭제합니다.</p>	

4. 지정된 시간, 시간대, 지정된 날짜에 한 번 실행하도록 작업을 스케줄링하거나 반복 빈도, 반복 시간, 반복 범위를 지정하여 반복 스케줄을 작성할 수 있습니다.

다음은 반복 범위 옵션입니다.

- **종료하지 않음** - 작업이 영원히 반복됩니다(기본값).
- **다음 이후 종료** - 지정된 발생 수 후에 작업이 완료되고 더 이상 활성화되지 않습니다.
- **종료일** - 지정된 날짜 후에 작업이 완료되고 더 이상 활성화되지 않습니다. 종료 날짜는 시작 날짜 이전일 수 없습니다.

사용하지 않은 작업이 시스템 성능을 저하시키는 것을 방지하기 위해 반복에는 다음과 같은 제한이 적용됩니다.

- 사용자 정의 작업의 반복은 59분보다 길 수 없습니다.
- 시간 단위 작업의 반복은 23시간보다 길 수 없습니다.
- 일 단위 작업의 반복은 6일보다 길 수 없습니다.
- 월 단위 작업의 반복은 11개월보다 길 수 없습니다.

매주 및 매년 작업에는 반복 제한사항이 없습니다.

참고: 매주 작업은 주당 한 요일, 예를 들어, 매주 월요일에만 실행됩니다. 매주 작업이 주당 두 요일 이상에서 실행되도록 스케줄링하려면 각 요일에 대한 작업을 작성해야 합니다.

5. 작업 세부사항 입력을 마쳤으면 **저장**을 클릭하십시오. 새 작업이 **작업 스케줄러** 페이지에 표시됩니다.

관련 항목

『작업 편집』

작업을 편집하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

작업 편집

작업을 편집하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

작업 상태가 **활성**이면 기존 작업을 편집할 수 있습니다. **작업 스케줄러** 페이지에서 작업을 편집합니다.

프로시저

1. **관리 > 설정 > 작업 스케줄러**를 선택하여 **작업 스케줄러** 페이지를 여십시오.

참고: 작업 스케줄러 서비스를 사용할 수 없으면 오류 메시지가 표시되고 작업을 편집할 수 없습니다. 도움이 필요하면 IBM Omni-Channel Merchandising 담당자에게 문의하십시오.

2. 작업을 선택하여 마우스 오른쪽 단추로 클릭한 다음 **세부사항**을 선택하여 **작업 편집 대화 상자**를 여십시오.

3. **작업 유형 및 작업 정의**에 대한 선택사항을 편집할 수 있습니다. 작업이 한번 이상 실행된 경우에는 작업에 대한 스케줄 시작 날짜를 변경할 수 없습니다. 발생 수는 작업이 스케줄에 따라 이미 실행된 수 이하일 수 없습니다.
4. 편집을 마치면 **저장**을 클릭하십시오. 편집된 작업이 **작업 스케줄러** 페이지에 표시됩니다.

작업 삭제

작업을 삭제하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

시작이 스케줄링되었거나 이미 시작된 경우 기존 작업을 삭제할 수 있습니다. **작업 스케줄러** 페이지에서 작업이 제거됩니다.

프로시저

1. **관리 > 설정 > 작업 스케줄러**를 선택하여 **작업 스케줄러** 페이지를 여십시오.

참고: 작업 스케줄러 서비스를 사용할 수 없으면 오류 메시지가 표시되고 작업을 삭제할 수 없습니다. 도움이 필요하면 IBM Omni-Channel Merchandising 담당자에게 문의하십시오.

2. 작업을 선택하십시오.
3. **삭제**를 선택하십시오.
4. 표시되는 확인 메시지에서 **예**를 클릭하십시오. **작업 스케줄러** 페이지에서 삭제된 작업이 제거됩니다.

작업 실행 기록 보기

작업 실행 기록을 보려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

시작 시간, 작업 상태, 작업을 시작한 사용자를 포함하여 작업 실행 기록을 볼 수 있습니다.

프로시저

1. **관리 > 설정 > 작업 스케줄러**를 선택하여 **작업 스케줄러** 페이지를 여십시오.
2. 작업을 선택하십시오.
3. **작업 실행 기록** 대화 상자를 열려면 **작업 실행**을 선택하십시오. 맨 위의 요약은 작업 유형, 설명, 작업 정의 및 작업 빈도를 표시합니다. 시작 시간, 실행 상태 및 작업을 시작한 사용자를 포함하여 모든 작업 실행이 나열됩니다.

제 9 장 도움말 및 지원 받기

IBM Omni-Channel Merchandising은 사용자 친화적으로 디자인되나 가끔 기능에 대한 질문이 있을 수 있습니다. IBM Omni-Channel Merchandising에서는 사용자가 필요한 응답을 신속하게 찾을 수 있도록 지원을 제공하기 위해 디자인된 여러 가지 도움말 및 솔루션을 제공합니다.

관련 항목

180 페이지의 『릴리스 정보』

IBM Omni-Channel Merchandising 고객에 대한 분기별 업그레이드를 지원하기 위해 릴리스 정보가 **도움말** 아래에 애플리케이션에 직접 게시됩니다. 각 릴리스 정보 문서에는 다음 정보가 포함됩니다.

180 페이지의 『온라인 도움말』

모든 IBM Omni-Channel Merchandising 소프트웨어 서비스는 도움말 기능을 제공합니다. 이 도움말 기능은 사용자가 현재 보고 있는 화면과 연관된 정보를 자동으로 제시하도록 디자인되었습니다.

181 페이지의 『인쇄할 수 있는 사용자 안내서』

각 IBM Omni-Channel Merchandising 소프트웨어 서비스에는 Adobe Acrobat PDF 파일로 액세스할 수 있는 완전한 사용자 안내서가 있습니다. PDF 파일은 전자적으로 보거나 인쇄하여 일반 종이 매뉴얼처럼 읽을 수 있습니다.

182 페이지의 『IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원 문의』

IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원으로부터 사용자가 직면하는 모든 문제에 대해 직접적으로 개인적인 지원을 받을 수 있습니다.

184 페이지의 『지원 케이스 로깅』

피드백, 문제 또는 질문과 함께 지원 케이스를 로깅하는 작업은 단순한 프로세스입니다. 문제 해결에 대한 새로운 정보가 사용 가능하게 되면 이메일 알림을 수신하게 됩니다.

189 페이지의 『Internet Explorer에서 팝업 차단기 사용 안함』

웹 사이트에 대한 팝업을 허용하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

191 페이지의 『IBM Omni-Channel Merchandising 교육 및 연습』

IBM Omni-Channel Merchandising 교육에서는 모든 소프트웨어 서비스에 대한 깊이 있는 훈련 세션을 제공합니다.

191 페이지의 『문서에 대한 질문 및 설명』

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 온라인 도움말에 대한 제안, 아이디어, 질문 또는 설명을 환영합니다.

릴리스 정보

IBM Omni-Channel Merchandising 고객에 대한 분기별 업그레이드를 지원하기 위해 릴리스 정보가 **도움말** 아래에 애플리케이션에 직접 게시됩니다. 각 릴리스 정보 문서에는 다음 정보가 포함됩니다.

- **릴리스 개요** - 현재 IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션 릴리스의 일반적인 개요 및 중점 사항
- **새 기능** - 새 릴리스 기능에 대한 간단한 설명
- **수정된 버그** - IBM Omni-Channel Merchandising에서는 가능한 한 빠르게 모든 고객 버그를 종료하려고 노력하고 있습니다. 수정된 버그에 대해서는 릴리스 정보에서 설명합니다.
- **알려진 문제점** - 현재 릴리스와 임시 해결책 지시사항을 포함하는 알려진 문제점에 대한 설명. 알려진 문제점은 후속 릴리스에서 수정됩니다.

온라인 도움말

모든 IBM Omni-Channel Merchandising 소프트웨어 서비스는 도움말 기능을 제공합니다. 이 도움말 기능은 사용자가 현재 보고 있는 화면과 연관된 정보를 자동으로 제시하도록 디자인되었습니다.

관련 항목

『온라인 도움말 액세스』

온라인 도움말에 액세스하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

181 페이지의 『도움말 이동』

온라인 도움말 시스템은 인쇄되는 서적의 레이아웃과 유사하게 설계되었습니다. 왼쪽 패널의 책 아이콘을 클릭하여 한 절에서 다른 절로 이동할 수 있습니다. 책의 장을 클릭하면 주제 페이지가 나타나며 열립니다. 제목 페이지를 클릭하면 오른쪽 패널의 세부사항으로 이동됩니다.

온라인 도움말 액세스

온라인 도움말에 액세스하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

이 태스크 정보

다른 창에 온라인 도움말이 열립니다. 컴퓨터에 팝업 차단기가 있으면 온라인 도움말을 사용하기 전에 이를 사용하지 않도록 설정해야 합니다. 자세한 정보는 189 페이지의 『Internet Explorer에서 팝업 차단기 사용 안함』의 내용을 참조하십시오.

프로시저

1. 페이지의 오른쪽 상단에 있는 물음표 아이콘을 클릭하여 온라인 도움말에 액세스합니다.
2. 드롭 다운 메뉴에서 **온라인 도움말**을 클릭하여 온라인 도움말을 여십시오.

도움말 이동

온라인 도움말 시스템은 인쇄되는 서적의 레이아웃과 유사하게 설계되었습니다. 왼쪽 패널의 책 아이콘을 클릭하여 한 절에서 다른 절로 이동할 수 있습니다. 책의 장을 클릭하면 주제 페이지가 나타나며 열립니다. 제목 페이지를 클릭하면 오른쪽 패널의 세부사항으로 이동됩니다.



책 페이지 위에는 **컨텐츠**, **색인**, **검색**, **즐거찾기**와 같은 4개의 기본 탐색 단추가 있습니다.

- **컨텐츠** - 이 단추는 책 양식으로 사용 가능한 온라인 도움말 주제를 모두 표시합니다. 온라인 도움말을 처음 열면 나타나는 기본 보기입니다.
- **색인** - 이 단추는 사용 가능한 모든 온라인 도움말 주제를 알파벳순으로 나열합니다.
- **검색** - 이 단추는 온라인 도움말에서 특정 용어를 검색할 수 있습니다. 상자에 검색어를 입력하고 **이동!**을 클릭하면 결과가 나타납니다.
- **즐거찾기** - 이 단추는 개인의 빠른 참조 목록에 특정 주제의 짧은 목록을 저장할 수 있습니다. 즐겨찾기 단추를 클릭하면 언제든지 저장된 즐겨찾기에 액세스할 수 있습니다.

인쇄할 수 있는 사용자 안내서

각 IBM Omni-Channel Merchandising 소프트웨어 서비스에는 Adobe Acrobat PDF 파일로 액세스할 수 있는 완전한 사용자 안내서가 있습니다. PDF 파일은 전자적으로 보거나 인쇄하여 일반 종이 매뉴얼처럼 읽을 수 있습니다.



PDF 파일에 액세스하려면 온라인 도움말 화면의 오른쪽 상단에서 Adobe Acrobat 아이콘을 찾습니다. Adobe Acrobat 아이콘을 클릭하여 PDF 파일을 로드합니다.

PDF를 올바르게 보려면 시스템에 최신 버전의 Adobe Acrobat Reader가 설치되어 있어야 합니다. Adobe Acrobat Reader는 Adobe 웹 사이트에서 다운로드할 수 있습니다.

<http://get.adobe.com/reader/>.

IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원 문의

IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원으로부터 사용자가 직면하는 모든 문제에 대해 직접적으로 개인적인 지원을 받을 수 있습니다.

전화, 이메일 또는 웹을 통해 IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원 팀에 문의할 수 있습니다.

지원에 문의할 때 다음 정보를 사용할 수 있어야 합니다.

- 이름
- 회사
- 전화번호
- 문제에 대한 자세한 설명
- 문제의 우선순위 레벨

관련 항목

『전화 지원』

전화(+1-866-460-0501)를 통해 IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원을 사용할 수 있습니다.

183 페이지의 『웹 지원』

IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원은

www.mydt.demandtec.com의 IBM Omni-Channel Merchandising 로그인 페이지에서 찾을 수 있습니다.

전화 지원

전화(+1-866-460-0501)를 통해 IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원을 사용할 수 있습니다.

미국 고객의 경우 전화비가 무료입니다. 해외에서 전화를 거는 경우, 전화 회사에서 통화 비용을 부과할 수 있습니다.

전화 시간

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 최대한의 가용성을 보장하기 위해 세계 고객 지원 팀을 제공합니다.

- 미국 기반 지원 팀은 월요일부터 금요일까지, PST 기준 오전 6시부터 오후 6시까지 운영됩니다.
- 유럽 기반 지원 팀은 월요일부터 금요일까지, CET 기준 오전 8시부터 오후 5시까지 운영됩니다.
- 일본 기반 지원 팀은 월요일부터 금요일까지, JST 기준 오전 8시부터 오후 5시까지 운영됩니다.

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 일광 절약제를 준수합니다. 위치에서 일광 절약제를 준수하지 않으면 시간을 적절히 조정하십시오.

웹 지원

IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원은

www.mydt.demandtec.com의 IBM Omni-Channel Merchandising 로그인 페이지에서 찾을 수 있습니다.

Sign In

English | Français | 中文 | Español | 日本語

User Name

Password

Sign In

Forgot Password

Don't have a network account?
[Sign up for free](#)

Looking for Support?
Visit our [Customer Support page](#).

Contact Support link

케이스 로깅을 시작할 수 있는 고객 지원 포털에 연결하려면 먼저 무료 웹 지원 계정을 사용하여 로그인해야 합니다.

이미 웹 지원 계정이 있는 경우 사용자 이름을 입력하고 비밀번호를 분실했습니까? 링크를 클릭하여 새 비밀번호를 요청해야 합니다. 로그인 지시사항과 함께 임

시 비밀번호가 이메일 주소로 전송됩니다. 아직 계정이 없으면 고객 지원 웹 포털에 등록하여 액세스 권한을 확보하십시오.

관련 항목

『지원 케이스 로깅』

피드백, 문제 또는 질문과 함께 지원 케이스를 로깅하는 작업은 단순한 프로세스입니다. 문제 해결에 대한 새로운 정보가 사용 가능하게 되면 이메일 알림을 수신하게 됩니다.

187 페이지의 『제출된 케이스 검토』

이전에 고객 지원에 제출한 케이스를 열고 검토할 수 있습니다. 또한 케이스를 편집하여 다시 제출할 수 있습니다. 또는 더 이상 주의가 필요하지 않은 경우에는 케이스를 닫을 수 있습니다.

187 페이지의 『고객 지원 포털 사용』

IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원 포털에서는 모든 사용자 지원 요구에 대한 중심 위치를 제공합니다. 페이지의 맨 위에 있는 탭에서 다른 유형의 정보에 쉽게 액세스할 수 있습니다.

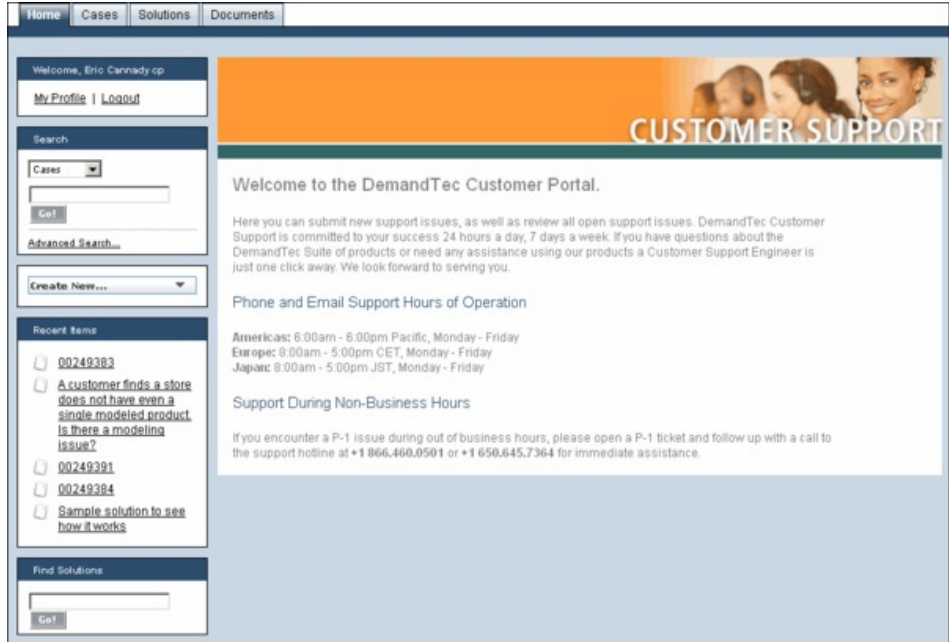
지원 케이스 로깅

피드백, 문제 또는 질문과 함께 지원 케이스를 로깅하는 작업은 단순한 프로세스입니다. 문제 해결에 대한 새로운 정보가 사용 가능하게 되면 이메일 알림을 수신하게 됩니다.

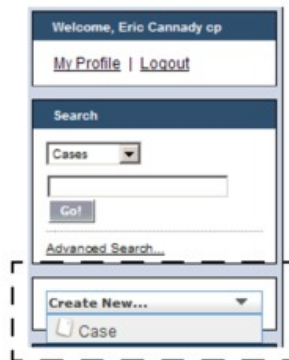
이 태스크 정보

프로시저

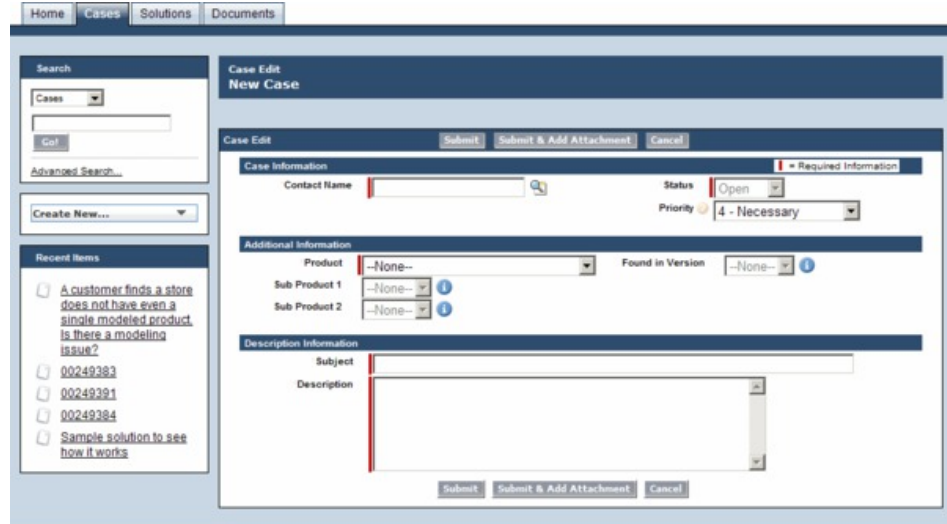
1. 일단 성공적으로 로그인하면 IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원 포털이 표시됩니다.



2. 지원 케이스를 입력하려면 새로 작성 드롭 다운 목록을 클릭하고 케이스를 선택하십시오.



3. 새 케이스 페이지에 정보를 입력하십시오. 필수 필드는 필드 옆에 빨간색 세로 막대가 있습니다.



- 담당자 - 전체 이름 입력(필수)
- 상태 - (기본적으로 필수, 그러나, 읽기 전용)
- 우선순위 - 문제의 우선순위 레벨 선택:
 - P1 위험 - 애플리케이션을 사용할 수 없거나 구현 스케줄이 시스템 안정성 부족으로 인해 심각하게 영향을 받음
 - P2 긴급 - 일반 비즈니스 기능을 수행하는 기능이 방해를 받음
 - P3 중요 - 보조 기능이 예상대로 작동하지 않음
 - P4 필수 - 일반적인 질문 및/또는 기능 요청이 있음
 - P5 모델링 요청 - 모델링 요청이 있음
- 제품 - 문제가 발견되었을 때 사용 중이던 IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션 선택(필수)
- 버전 찾기 - IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션의 버전 선택
- 하위 제품 1 - IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션의 관련 영역 선택
- 하위 제품 2 - IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션의 관련 영역 선택(사용 가능한 경우)
- 제목 - 문제에 대해 유용한 제목 입력(필수)
- 설명 - 문제에 대한 자세한 설명 입력(필수). 문제를 복제하는 데 필요한 모든 단계 목록을 포함합니다. 그러면 고객 지원에서 문제점을 진단하고 적절한 시점에 사용자에게 응답하는 데 도움이 됩니다.

4. 제출을 클릭하십시오. 티켓 번호와 함께 요청을 수신했음을 알리는 확인이 나타납니다. 케이스는 고객 포털에 저장되며, 나중에 검토하고 변경하고 다시 제출할 수 있습니다. 자세한 정보는 『제출된 케이스 검토』의 내용을 참조하십시오.
5. 또는 **제출 및 첨부 파일 추가**를 클릭하여 문제를 설명하는 데 도움이 되도록 첨부 파일(화면 캡처 등)을 포함하여 제출하십시오. 첨부 파일 크기는 최대 5MB입니다.

관련 항목

『제출된 케이스 검토』

이전에 고객 지원에 제출한 케이스를 열고 검토할 수 있습니다. 또한 케이스를 편집하여 다시 제출할 수 있습니다. 또는 더 이상 주의가 필요하지 않은 경우에는 케이스를 닫을 수 있습니다.

제출된 케이스 검토

이전에 고객 지원에 제출한 케이스를 열고 검토할 수 있습니다. 또한 케이스를 편집하여 다시 제출할 수 있습니다. 또는 더 이상 주의가 필요하지 않은 경우에는 케이스를 닫을 수 있습니다.

프로시저

1. IBM Omni-Channel Merchandising 지원 센터 웹 사이트에 로그인하십시오.
2. **케이스** 탭을 클릭하십시오. 최근 본 케이스에 대한 요약이 고객 포털 가운데 표시됩니다.

보기 드롭 다운 목록에서 모든 케이스, 사용자의 열린 케이스 또는 최근에 본 케이스(기본값)를 보도록 선택할 수 있습니다.

3. 케이스 번호를 클릭하여 케이스를 여십시오. **케이스 세부사항** 섹션에서 **편집** 단추를 클릭하여 문제에 대한 세부사항을 편집하고 다시 제출할 수 있습니다. 또한 새 설명을 입력하고 추가 첨부 파일을 추가하고 제안된 솔루션을 보고 지원 케이스의 현재 진행 상태를 검토할 수 있습니다.
4. 케이스가 더 이상 유효하지 않거나 고객 지원의 피드백이 필요하지 않은 경우 **케이스 닫기** 단추를 클릭하여 케이스를 닫으십시오. 포털에서 케이스를 삭제할 수 없습니다.

고객 지원 포털 사용

IBM Omni-Channel Merchandising 고객 지원 포털에서는 모든 사용자 지원 요구에 대한 중심 위치를 제공합니다. 페이지의 맨 위에 있는 탭에서 다른 유형의 정보에 쉽게 액세스할 수 있습니다.



탭

- **홈 탭** - 고객 포털의 기본 페이지. 내 **프로파일** 링크를 클릭하여 사용자 프로필 정보를 편집하거나 업데이트할 수 있습니다.
- **케이스 탭** - 케이스를 작성하고 편집하고 보는 페이지.
- **솔루션 탭** - 일반적인 문제에 대한 솔루션을 검색하고 봅니다. 모든 솔루션, 가장 많이 본 솔루션 또는 최근에 본 솔루션만 보도록 선택할 수 있습니다. 케이스 제목의 첫 번째 문자로 케이스를 검색할 수 있습니다. 솔루션은 홈 탭 맨 아래에 있는 **솔루션 검색** 검색 필드에서 직접 검색할 수 있습니다.
- **문서 탭** - IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션 사용에 도움이 되거나 고객 지원 프로세스 및 케이스 관리 방법에 대해 더 많이 배울 수 있는 보조 문서를 검색하고 볼 수 있습니다.

검색

검색 영역은 포털 내 모든 탭의 사이드바에서 사용할 수 있습니다. 입력한 키워드 또는 고급 검색에서 정확한 문구를 사용하여 케이스를 검색할 수 있습니다.

고급 검색에서는 참고, 설명, 주석을 포함하여 케이스에서 추가 필드를 검색합니다. 그러면 다음을 수행할 수 있습니다.

- AND, OR, AND NOT과 같은 연산자를 사용하여 검색을 세분화합니다.
- 다중 키워드 중심으로 따옴표를 추가하여 정확한 구 일치를 수행할 수 있습니다. 예를 들어, "receive error when enter values in the Edit field"와 같습니다.

- 단어로 시작하는 항목을 검색하려면 키워드 끝에 별표를 추가합니다(예: receive*).

새 케이스 작성

새 케이스 작성 드롭 다운 목록은 포털 내 모든 탭의 사이드바에서 사용 가능합니다.

최신 항목

케이스, 문서 또는 케이스 솔루션과 같이 최근에 본 항목을 열 수 있습니다.

Internet Explorer에서 팝업 차단기 사용 안함

웹 사이트에 대한 팝업을 허용하려면 이 프로시저를 사용하십시오.

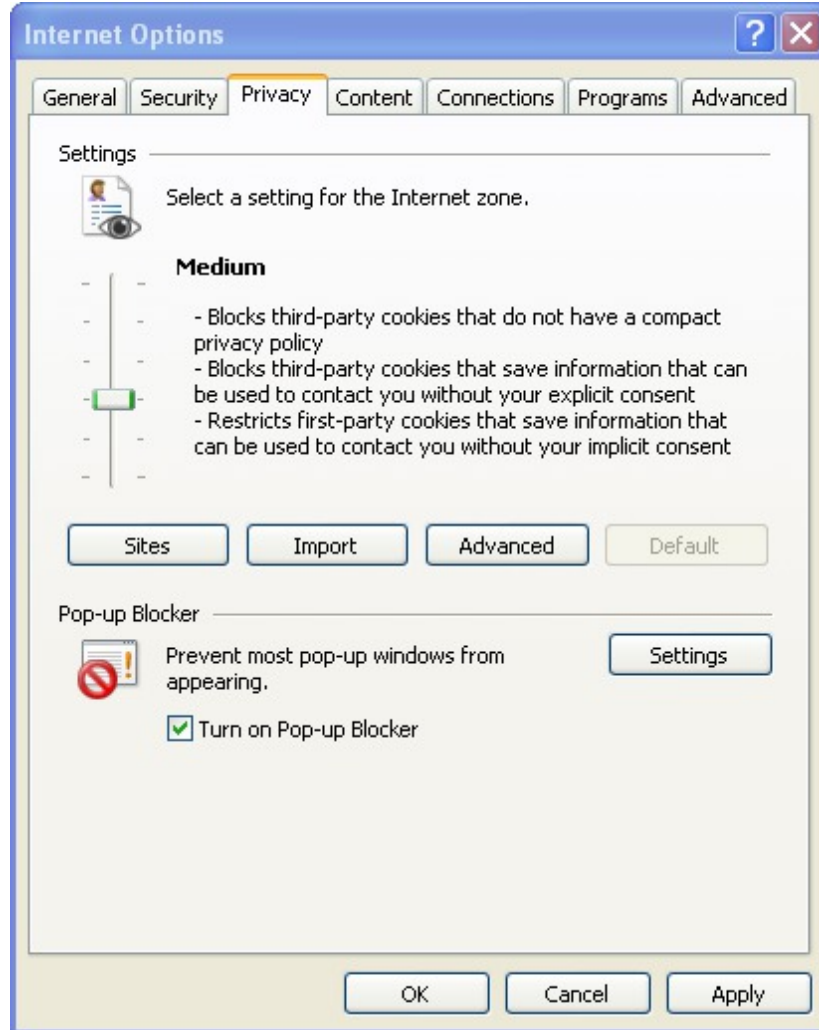
이 태스크 정보

팝업 브라우저 창을 사용하지 않도록 설정하는 소프트웨어를 사용 중인 경우, IBM Omni-Channel Merchandising을 사용하기 위해 이 기능을 사용하지 않도록 설정해야 하는 경우가 있습니다. IBM Omni-Channel Merchandising에서는 파일을 Microsoft Excel로 내보내는 경우 등을 포함하여 애플리케이션 전체를 통해 다양한 위치에서 팝업 창을 사용합니다.

IBM Omni-Channel Merchandising 등의 특정 웹 사이트에서 팝업을 허용하려면 해당 사이트를 승인된 사이트 목록에 추가해야 합니다.

프로시저

1. Internet Explorer 7을 여십시오.
2. 메뉴 표시줄에서 도구 > 인터넷 옵션을 선택하십시오. 인터넷 옵션 대화 상자가 나타납니다.
3. 개인정보 보호정책 탭을 클릭하십시오.



4. 창 맨 아래에서 팝업 차단기 설정을 확인할 수 있습니다. Internet Explorer 7 팝업 차단기를 완전히 사용하지 않으려면 **팝업 차단 사용** 옆의 상자를 선택 취소했는지 확인하십시오. 팝업 차단기를 계속 사용하면서 IBM Omni-Channel Merchandising을 승인된 허용 목록에 추가하려면 **설정** 단추를 클릭하십시오. 허용 목록은 팝업 차단기에 의해 무시되고 간섭 없이 작동하도록 허용된 승인된 사이트 목록입니다. 선택된 이메일 주소를 허용 목록에 추가하여 해당 주소가 스팸 필터에서 우회되도록 허용하는 이메일 프로그램의 허용 목록 개념에 익숙할 것입니다. 이 경우에도 비슷한 방법으로 작동합니다.
5. 팝업 차단기 설정 대화 상자에 사이트의 이름(IBM Omni-Channel Merchandising의 경우, mydt.demandtec.com)을 입력하고 **추가** 단추를 클릭하십시오.

참고: 이러한 지시사항은 Internet Explorer 7에 적용됩니다. Google, MSN 또는 Yahoo!의 소프트웨어와 같이 타사 팝업 차단기를 사용 중인 경우, 지시사항이 다를 수 있습니다.

관련 항목

『팝업 차단기 1회 사용 안함』

시스템에서 팝업 차단기를 사용하지 않도록 설정하지 않으려면 제어 키를 단일 사용 단축키로 사용하여 Internet Explorer 7 팝업 차단기를 일시적으로 사용하지 않을 수 있습니다. 웹 링크를 클릭하는 동안 Control 키를 누르고 있으면 됩니다.

팝업 차단기 1회 사용 안함

시스템에서 팝업 차단기를 사용하지 않도록 설정하지 않으려면 제어 키를 단일 사용 단축키로 사용하여 Internet Explorer 7 팝업 차단기를 일시적으로 사용하지 않을 수 있습니다. 웹 링크를 클릭하는 동안 Control 키를 누르고 있으면 됩니다.

IBM Omni-Channel Merchandising 교육 및 연습

IBM Omni-Channel Merchandising 교육에서는 모든 소프트웨어 서비스에 대한 깊이 있는 훈련 세션을 제공합니다.

각 릴리스에 대한 새 기능을 설명하는 전자 프레젠테이션을 보면서 릴리스 교육에 참여할 수 있습니다. 이는 편리한 시간에 언제든지 사용 가능한 웹 기반의 e-Learning 시스템을 통해 사용할 수 있습니다. 자세한 정보는 프로젝트 리더 또는 IBM Omni-Channel Merchandising 교육 담당자에게 문의하십시오.

사이트, 즉, <http://training.demandtec.com>에 로그인하려면 유효한 사용자 ID 및 비밀번호가 필요합니다.

로그인하면 조직이 보기 위해 등록한 각 릴리스에 대한 다양한 전자 프레젠테이션을 볼 수 있습니다.

문서에 대한 질문 및 설명

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 온라인 도움말에 대한 제안, 아이디어, 질문 또는 설명을 환영합니다.

IBM Omni-Channel Merchandising에서는 온라인 도움말에 대한 제안, 아이디어, 질문 또는 설명을 환영합니다. tris.warkentin@us.ibm.com으로 직접 기술 서적 팀에 연락할 수 있습니다.

제 10 장 용어집

이 용어집에는 애플리케이션 전반에 걸쳐 사용된 용어가 포함됩니다.

가격 갭(price gap): 두 가지 유사한 제품 사이의 가격 차이입니다.

가격 검사(price check): 제품에 대한 판매 가격 또는 제조업체 가격을 확인하는 것입니다.

가격 구역(price zone): 제품에 대해 항상 동일한 가격을 갖는 상점 그룹입니다.

가격 이미지(price image): 소매업체의 가격 및 가치에 대한 소비자의 인식입니다.

가변 비용(variable cost): 생산, 재고 비축 또는 SKU 구매와 연관된 비용입니다.

가정(what-if): 분석의 최종 결과가 달라지는 방법을 결정하는 가변 핵심 가정입니다.

거래 자금 수익률(return on trade fund): 판촉의 증분 값(판촉 값 빼기 매일 비즈니스) 나누기 거래 달러입니다.

거래 자금(trade fund): 제품 세트의 판촉에 대해 제조업체가 소매업체에 제공하는 자금입니다. 거래 비용이라고도 합니다. 이러한 자금은 일반적으로 광고, 표시 및 임시 가격 할인(TPR)을 포함하는 소매업체 파트의 판촉 활동에 대해 지불하기 위해 할당됩니다.

거래(deal): 상품에 대한 판촉 가격 책정입니다.

경쟁 가격(competitive price): 경쟁사에게 청구하는 가격에 비교하여 더 좋은 가치로 인식되는 가격입니다.

경쟁사 가격 규칙(competitor price rule): 비즈니스 규칙의 예입니다. 이 기능을 사용하면 사용자가 가격 경쟁력을 유지하는 규칙을 강제 적용할 수 있습니다. 예를 들면, 곡물의 가격이 경쟁사 가격의 5% 내에 포함된다는 규칙을 적용할 수 있습니다.

경쟁사 가격(competitor price): 경쟁사(고객이 대신 쇼핑하기로 선택할 수 있는 다른 상점)에서 동일한 항목에 대해 청구하는 가격입니다.

경쟁사가 가격 감사라고도 합니다.

계수(coefficient): 종속 변수(판매 볼륨 또는 점유율) 및 독립 변수(기본 가격 또는 할인) 사이의 관계를 나타내는 수입니다.

계절성(seasonality): 일년 중 한 시기에 기반을 둔 소비자 행동의 기본 추세입니다. 예를 들어, 칠면조 구매 행동에 대한 추수 감사절의 영향 등입니다.

고정 비용(fixed cost): 제품 또는 판매 볼륨에 따라 변하지 않는 비용입니다.

광고 구역(Ad zone): 동일한 광고 판촉을 제공하는 상점 컬렉션입니다.

광고 총당금(Ad allowance): 소매업체가 제조업체로부터 구매하는 모든 경우에 대해 받는 금액(달러 단위)입니다(광고가 실행된 후에 지불됨).

광고(Ad): 인쇄물, 라디오 및 텔레비전 등을 포함하여 다양한 매체에서의 상품 판촉입니다.

교차 탄력성(cross-elasticity): 한 제품의 구매와 다른 제품의 구매 사이의 관계입니다. 제품이 완전히 독립적이면, 교차 탄력성이 0입니다. 제품이 보완적이면, 교차 탄력성이 양수입니다. 제품이 대체 가능하면, 교차 탄력성이 음수입니다.

구역 가격(zone price): 계정 내의 다중 상점에 대해 구현된 공통 가격입니다.

귀로 화물 총당금(backhaul allowance): 제조업체에서는 소매업체가 계약된 트럭을 사용하여 제조업체의 창고에서 수집하는 모든 제품 케이스를 기반으로 하여 소매업체에 귀로 화물 총당금을 제공합니다.

귀로 화물(backhaul): 트럭이 초기 화물을 로드 해제한 후에 귀로에 또 다른 로드를 픽업할 때 물류에 사용되는 용어입니다.

기본 가격(base price): 판촉되지 않은 정규 선반 가격입니다.

기여 차익 백분율(contribution margin%): 수익으로 나눈 기여 차익입니다.

기여 차익(contribution margin): 조정된 총 차익에서 변동 비용을 뺀 다음 남은 달러입니다. 총 차익보다 정확한 이익 측정 방법입니다.

기준점(BP, basis point): 기준점은 재무 수익률의 건적을 내기 위해 사용되는 가장 작은 측정입니다. 하나의 기준점은 백분율의 1/100과 같습니다. 예를 들어, 순이익 차익 2.25%와 2.50% 사이의 차이는 25BP와 같습니다.

다중(multiple): 다중 제품이 특정 가격에 제공되는 가격 내역서입니다. 예를 들어, \$1.00에 두 개 등입니다.

단위 판매(unit sales): 판매 볼륨을 참조하십시오.

단일 제품 규칙(single product rule): 한 제품 또는 SKU에 적용되는 최적화 제한조건입니다.

대체 제품(substitute product): 소비자가 동일하거나 유사한 유틸리티를 가진 것으로 인식하는 제품입니다. 대체 제품은 소비자가 상당한 양의 인지 가치를 포기하지 않고 다른 제품 대신에 구매하는 제품입니다.

동등화(equivalization): 제품의 설명 및 해당 설명에 적용되는 균등한 크기/개수를 기반으로 하여 제품에 표준화된 측정 단위를 할당하는 것입니다. 그러면 다양한 크기 범위에서 직접 비교할 수 있습니다. 예를 들어, Coke 1개 케이스와 Coke 12팩 2개는 1개 등가 케이스와 같습니다.

동일한 상점 판매(same-store sales): 동일한 상점 비교는 새로 문을 연 상점의 영향력을 배제하고 판매 성장을 측정합니다.

두 제품 규칙(two product rule): 두 제품을 함께 연관시키는 제한조건 또는 규칙입니다.

등가 단위(equivalent unit): 동등화를 사용하여 표준화된 볼륨 단위입니다.

등가 소매 가격(equivalent retail price): 선반 가격을 표준화된 측정 단위로 나누어서 계산한 등가 단위당 가격입니다.

디스플레이(display): 특정 제품 또는 제품 라인으로 관심을 끌기 위한 상점 내 판촉 양식입니다.

라인 가격 결정(line pricing): (일반적으로 맛에 대해) 유사한 제품 그룹에 동일한 가격을 지정합니다. 예를 들어, 6팩 탄산수 또는 모든 Jello 상자 등이 있습니다.

로열티 카드 프로그램(loyalty card program): 고객이 소비자 행동 패턴을 추적하는 데 대한 대가로 할인 또는 보상 프로그램을 즐길 수 있도록 가입하는 프로그램입니다. 단골 고객 프로그램이라고도 합니다.

릴리스(license): 지정된 날짜에 모든 사용자가 사용할 수 있는 IBM Omni-Channel Merchandising 애플리케이션 스위트에 대해 계획된 새 기능 세트입니다.

마지막 자릿수(last digits): 가격에서 소수점 뒤의 자릿수입니다.

마크다운(markdown): 판매를 촉진하기 위해 가격을 내리는 양입니다.

벤더 비용 변경(vendor cost change): 제조업체 주도의 제품 구매 가격 변경입니다.

벤더/제조업체(vendor/manufacture): 소매업체가 구매하는 제품을 만드는 회사입니다. 벤더는 판촉 일정을 계획하고 오퍼를 수행하는 방법을 결정할 때 세 가지 주요 상품화 활동(디스플레이, 광고, 임시 가격 할인(TPR))을 고려합니다.

보완 제품(complementary product): 일반적으로 소비자가 함께 구매하는 항목입니다. 대표적인 예는 핫도그와 핫도그 번입니다.

보충 빈도(replenishment frequency): 지정된 기간 동안 상점 또는 DC 재고가 교체되는 수입입니다.

볼륨 규칙(volume rule): 최적화 내에서 지정된 제품 또는 제품 그룹에 대한 볼륨 범위에 대한 제한조건입니다.

볼륨(volume): 특정 SKU에 대해 판매되는 단위 수입입니다.

브랜드 관리자(brand manager): 브랜드 관리자는 브랜드 계획을 중심으로 하는 전략 및 전술을 차트화합니다. 예를 들어 새 제품 개발, 마케팅 혼합 이벤트 개최 등입니다. 마케팅 연구 부서는 브랜드 관리자를 지원합니다.

브랜드 제품군(brand family): 브랜드 제품군을 사용하면 브랜드 클래스의 서브 세트를 추가적으로 정의할 수 있습니다. 예를 들면, Coke 및 Pepsi 제품은 국립 레이블 브랜드 클래스에서 넣고 일반 소다 A 및 B는 개인용 레이블 브랜드 클래스에 넣을 수 있습니다. Coke와 일반 소다 A 사이의 가격 관계를 제어하는 규칙을 설정하려면 Coke 제품은 Coke 브랜드 제품군에 넣고 일반 소다 A는 일반 A 브랜드 제품군에 넣어야 합니다.

브랜드 클래스 규칙(brand class rule): 가격 관계를 지정하는 클래스 사이에 적용되는 제한사항입니다. 예: 프리미엄 브랜드가 경제형 브랜드보다 항상 더 비쌉니다.

브랜드 클래스(brand class): 브랜드 분류입니다. 브랜드 클래스를 통해 최적화를 위한 규칙을 설정할 수 있도록 제품 간 브랜드 관계를 작성할 수 있습니다. 예를 들면, 일반 소다는 개인용 레이블 브랜드 클래스에 넣고 Coke는 국립 레이블 브랜드 클래스에 넣을 수 있습니다.

브랜드(brand): 제조업체가 항목 그룹에 할당한 이름(일반적으로 상표)입니다. 제조업체가 여러 브랜드를 소유할 수 있기 때문에, 브랜드 이름은 항상 제조업체 이름과 동일하지 않습니다. 예를 들어, Clorox 브랜드에는 Clorox, Pine-Sol, Armor All, Brita가 포함되고 Proctor & Gamble 브랜드에는 Tide, Mr. Clean 및 Cover Girl이 포함됩니다.

블록(block): 상점 구역을 참조하십시오.

비교 쇼핑(comp shop): 소매업체가 경쟁사 가격을 찾는 데 사용하는 기술입니다. 예를 들어, Longs에서 Dove 비누를 "비교 쇼핑 목록"에 두거나 Longs에서 Dove를 "비교 쇼핑"으로 지정하면 경쟁사의 Dove 가격 이하로 유지할 수 있도록 Longs에서 정기적으로 경쟁사 상점에 대해 상점 확인을 수행합니다. 이를 또한

비성과 총당금(non-performance allowance): 제조업체로부터 판촉과 연관되지 않은 소매업체에 제공되는 추가 자금입니다. 화물 총당금, 귀로 화물 총당금, 공손 총당금 및 구매 총당금이 일부 예입니다.

비즈니스 규칙(business rule): 규칙이 고객의 요구에 맞추기 위해 최적화의 결과를 안내하는 데 중요한 전략 및 정책을 설명할 수 있도록 하는 최적화에 대한 제한사항입니다.

사전 가격(pre-price): 제조업체가 패키징할 때 소인으로 표시한 가격이 있는 제품입니다.

상점 구역(store zone): 가격 세트를 공유하는 상점 그룹입니다. 구역, 상점 가격 구역 또는 블록이라고도 합니다.

상점 그룹(store group): 비즈니스 목적을 달성하기 위해 한 단위로 간주되어야 하는 개별 상점 세트입니다. 예를 들어, 지역이 있습니다.

상점 트래픽(store traffic): 단위 시간당 구매자 수입입니다.

상점간 판매(store-for-store sales): 동일 상점 판매를 참조하십시오.

상품 비용(cost of goods): 소매업체가 제품에 대해 제조업체에 지불하는 금액입니다. 이 금액은 예를 들어 케이스, 파운드, 단위 또는 온스 결제조건으로 지정할 수 있습니다.

상품구성(assortment): 소매업체가 재고로 갖고 있는 항목의 혼합입니다. 소매업체는 중단해야 하는 항목 및 추가해야 하는 새로운 항목을 확인하기 위해 주기적으로 그 상품구성을 검토합니다.

상품화(merchandising): 제품 및 마케팅 조정, 광고, 디스플레이, 판매 전략 개발 등을 포함하는 제품 판촉입니다.

선물 매입(forward buy): 판촉에 대해 제공되는 선호하는 가격 책정의 장점을 활용하기 위해 즉각적인 요구를 초과하는 제품 구매 양입니다.

선반 깊이(shelf depth): 선반의 앞 및 선반의 뒤 사이의 공간 양입니다.

선반 너비(shelf width): 선반의 가로 간격입니다.

선반 높이(shelf height): 선반의 세로 간격입니다.

성과 기간(performance period): 판촉이 실행되는 기간입니다. 이 기간은 판촉이 수행(예: 제품이 표시, 광고 또는 TPR에 있을 때)되는 시간입니다.

성과 총당금(performance allowance): 판촉을 수행한 후에 소매업체에 자격이 부여되는 할인입니다. 성과 총당금에는 두 가지 기본 유형인 케이스 총당금(제조업체에서 소매업체로 출하되는 제품의 금액을 기반으로 함 - 출하 기반) 및 스캔 총당금(소매업체의 고객이 구매한 제품의 금액을 기반으로 함 - 소비 기반)이 있습니다.

소매업체 가격(retail price): 소비자가 제품에 대해 지불하는 판매 가격 또는 선반 가격입니다.

소비자 수요 모델(consumer demand model): 가격, 계절성 및 판촉 등의 요소에 따라 얼마나 많은 소비자가 구매할 것인지 예측하는 연립 방정식입니다.

소비자 응답 모델(consumer response model): 소비자 수요 모델을 참조하십시오.

소비자 충성도(consumer loyalty): 특정 상점에서 또는 특정 제품을 다시 구매할 가능성을 높여주는, 소비자가 제품 또는 소매업체에 대해 갖고 있는 연관관계입니다.

소비자(consumer): 상점에서 항목을 구매하는 개인입니다.

수요 곡선(demand curve): 지정된 기간 동안 가격 범위에 대한 수요입니다.

수요 그룹(demand group): 대체 가능성이 높은 제품의 콜렉션입니다. 그룹 내 한 항목의 가격 및 판촉은 다른 항목의 수요에 직접적으로 영향을 미칩니다.

수요(demand): 특정 가격에서 구매되는 제품의 양입니다.

수요의 가격 탄력성(price elasticity of demand): 가격 변경에 대해 수요가 변경되는 비율입니다. 수요 변경을 가격 변동으로 나눈 값입니다.

수요의 교차 탄력성(cross-elasticity of demand): 교차 탄력성을 참조하십시오.

수익(revenue): 소비자 또는 비즈니스 대 비즈니스 트랜잭션에서 수집된 달러 또는 로컬 통화 단위의 판매 금액입니다.

순 차익 백분율(net margin%): 순이익 백분율을 참조하십시오.

순 차익(net margin): 순이익을 참조하십시오.

순이익 백분율(net profit%): 순이익 나누기 수익입니다.

순이익(net profit): 총 판매에서 매출원가, 운영 비용, 세금, 이자 및 감가상각비를 뺀 금액입니다.

스캐너 데이터(scanner data): 바코드 스캐너에 의해 수집된 POS 데이터입니다. POS 데이터를 참조하십시오.

시간 범위(time horizon): 판촉의 시간 범위입니다.

시계열(time series): 시간의 특정 시점에 변수의 값 세트입니다.

시나리오(scenario): 이익, 수익 및 볼륨 측면에서 특정 비즈니스 목표를 달성하기 위해 최적화된 제품, 상점, 가격 및 비용 데이터에 적용되는 제한조건 및 규칙 세트입니다. "시나리오"라는 용어는 "판촉"과 동의어일 수도 있습니다.

엔드캡(end cap): 통로 끝의 디스플레이입니다.

오버헤드 할당(overhead allocation): 특정 제품으로 속성화되는 오버헤드 비용의 양입니다.

오버헤드(overhead): 공급 체인 비용 외의 모든 운영 비용입니다.

오퍼(offer): 제조업체에서 해당 제품이 판촉되어야 하는 방법(광고, 디스플레이 또는 TPR 등), 해당 제품이 판촉되어야 하는 시간, 소매업체가 제조업체로부터 받게 될 금액(일시불 현금 또는 거래 조건이라고도 하는 제품 비용 할인) 등의 방법으로 판촉되어야 하는 제품에 대해 소매업체에 제공하는 제안입니다.

이벤트(event): 테마 중심으로 배열된 판촉 그룹입니다. 장기 계획, 회람, FSI, 광고, 포장 및 이벤트별 계획 미팅 등의 매체 생성 등에 대한 그룹 판촉에 사용됩니다.

이익(profit): 수익 빼기 변동 비용, 고정 비용 및 ABC 비용입니다.

임금률(labor rate): 월급 및 혜택 등을 포함한 시간당 임금 비용입니다.

입점 수수료(slotting Fee): 소매업체가 제조업체에 새 제품을 선반에 삽입 또는 "끼워 넣기" 위해 청구하는 수수료입니다.

자기잠식(cannibalization): 고객이 한 제품 대신 다른 제품을 구매할 때 제품 판매에 미치는 부정적인 영향입니다. 가격, 판촉 또는 새로운 원하는 속성 때문인 경우가 많습니다. 예를 들어, 새로운 맛의 요거트가 출시되면 다른 맛 또는 브랜드의 요거트 판매를 자기잠식할 수 있습니다. 소비자가 카테고리 확장과 같이 더 많은 요거트를 구매하는 것이 아니라 일반적인 제품 선택을 새 제품으로 변경하는 것입니다.

자본 비용(cost of capital): 재고 상품화를 수행하는 것과 연관된 비용입니다.

재무 모델링(financial modeling): 소매업체가 고정 및 변동 공급 체인 비용을 포함하여 비즈니스의 비용 드라이버를 이해하도록 해주는 프로세스입니다. 활동 기반 원가 계산을 참조하십시오.

저장실 보관(pantry loading): 제품이 판매 또는 판촉 중이기 때문에 해당 제품을 비축하는 행동입니다. 시간 자기잠식 또는 비축이라고도 합니다.

전략(strategy): 특정 비즈니스 목적을 달성하기 위해 서로 보완하는 가격 책정 및 판촉 이니셔티브 또는 활동 세트입니다.

정액 요금(flat fee): 소매업체가 디스플레이 또는 광고를 안정적으로 유지할 수 있도록 제조업체가 지불하는 일시불 현금입니다. 표시 공간 또는 광고 공간을 임대하기 위한 직접 지불은 아니지만 이를 위한 수수료로 볼 수 있습니다.

제조업체 직송 방법(drop ship method): 중개자가 제품에 대한 단일 단위 주문을 제조업체(또는 주요 재고 유통업체)에 전송하여 재고 전달 비용이 발생하는 것을 방지할 때 중재자의 고객에게 직접 상품을 직송하는 방법입니다.

제품 그룹(product group): IBM Omni-Channel Merchandising 사용자에게 대한 제품 그룹입니다.

제품 비용(product cost): 소매업체가 제조업체에 지불하는 도매 비용 또는 벤더 비용입니다.

제품 쌍(product pair): 두 제품 사이에 판촉 제한조건이 설정된 두 제품 세트입니다. 예를 들어, Dial 흰색 고체 비누 3CT는 다이얼 황금색 고체 비누 3CT 가격의 90%여야 합니다.

제품 저장 유형(product storage type): 상점에서 제품을 저장하는 위치입니다. IBM Omni-Channel Merchandising 값은 선반(냉장 또는 냉동)과 동일합니다.

제품 점유율(product share): 한 상점에서 총 수익에 대한 개별 제품(SKU)의 수익의 비율(백분율 단위)입니다.

제품 큐브(product cube): 제품이 점유하는 공간 볼륨이며 입방 피트로 표시됩니다.

제품 탄력성(product elasticity): 특정 제품에 대한 수요의 가격 탄력성입니다.

제한조건(constraint): 특정 범위 내에 있는 결과를 생성하기 위해 최적화를 강제 실행하는 규칙입니다.

증분 값(incremental value): 매일 비즈니스 결과를 분석하여 판촉의 증분 수익 변경 및 판촉되는 제품 값 당 비용을 예측합니다. 판촉의 가치에 대한 진정한 지표로 간주되는 경우가 많습니다.

증분 단위당 비용(cost per incremental unit): 초기 가격에서 판촉된 가격을 빼고 모든 거래 자금을 더한 비용입니다.

체인(chain): 소유자가 한 사람인 브랜드화된 상점의 콜렉션입니다. 예를 들어, Longs 및 Winn-Dixie 등이 있습니다.

총 이익 백분율(gross profit%): 총 수익 백분율을 참조하십시오.

총 이익(gross profit): 총 수익을 참조하십시오.

총 차익 규칙(gross margin rule): 최적화 결과가 총 차익 범위 내에 있도록 요구하는 제한사항입니다.

총 차익 백분율(gross margin%): 총 차익을 순 판매로 나눈 값이며 백분율로 표시됩니다.

총 차익(gross margin): 수익 빼기 제품 비용입니다.

최적화(optimization): 지정된 상품화 목표를 달성하기 위해 최선의 수식(가격, 제품 혼합, 판촉 계획 등)을 찾는 프로세스입니다.

추세(trend): 데이터 요소 그룹 내의 기본 관계입니다.

총당금(allowance): 소매업체가 제조업체로부터 받는 할인 금액입니다. 총당금에는 두 가지 유형이 있는데 성과 총당금과 비성과 총당금입니다.

측정 유형(unit of measure): 크기 측정 유형입니다.

카테고리 계획(category plan): 지정된 날짜 범위가 있는 시간 내에 교차하는 한 카테고리에 대한 모든 판촉입니다. 이러한 판촉은 카테고리 예측을 위한 기반이며 이를 통해 여러 판촉 계획의 가정 분석을 수행할 수 있습니다.

카테고리 관리자(category manager): 가격, 판촉, 배치 및 상품구성 등을 포함하여 제품의 카테고리에 대한 모든 상품화 활동에 대해 책임지는 개인입니다.

카테고리(category): 대체하거나 보완하는 관련 제품의 콜렉션입니다. 소매업체는 카테고리를 사용하여 제품을 그룹화하고 관리합니다(예: 농산품, 유제품 및 냉동 식품).

크기 규칙(size rule): 상대적인 볼륨, 무게 또는 개수를 기반으로 하여 설정된 두 유사한 제품 사이의 사전 정의된 관계입니다.

크기 그룹(size group): 상대적인 크기를 기반으로 하는 제품 그룹 분류입니다. 예를 들어, 0-8온스 = 소형, 9-12온스 = 중형, >12온스 = 대형입니다.

크기 제품군(size family): 크기 제품군을 사용하면 크기 클래스의 서브세트를 추가적으로 정의할 수 있습니다. 예를 들어, 작은 크기 클래스에 12온스 Coke가 있고 중간 크기 클래스에 16온스 Coke가 있을 수 있습니다. 이 둘 사이에 규칙을 작성하려면(예: 16온스 Coke는 항상 12온스 Coke보다 비싸지만 가격이 두 배를 초과할 수는 없음) Coke라고 이름 지정된 크기 제품군을 작성해야 합니다. 해당 크기 제품군을 작성하지 않은 경우에는 12온스 및 16온스의 크기 클래스의 모든 제품에 규칙을 적용하는 것으로 종료될 수 있습니다.

크기 클래스(size class): 제품을 크기, 볼륨 또는 무게를 기준으로 하여 특정 그룹에 배치하기 위해 제품에 지정되는 속성입니다. 크기 클래스를 통해 최적화를 위한 규칙을 설정할 수 있도록 제품 간 크기 관계를 작성할 수 있습니다. 허용되는 크기 클래스는 XXX-Small에서 XXX-Large까지입니다.

클라이언트(client): 고객 사이트에 설치된 사용자 인터페이스 애플리케이션입니다.

투자수익률(ROI): 투자수익률(세후 운영 소득/순(감가상각된) 자산 장부 값)입니다.

특별 가격(magic price): 수요가 급격히 증가하는 가격입니다. 예를 들어, 6팩 소다의 가격을 \$1.99로 책정하면 가격을 \$2.00로 책정할 때에 비해 비정상적으로 높은 수요가 발생합니다.

판매 볼륨(sales Volume): 소비자 또는 비즈니스 대 비즈니스 트랜잭션에서 판매되는 제품 단위 수입입니다.

판매(sales): 수익을 참조하십시오.

판촉(promotion): 일시적인 제품 가격 조정 및/또는 제품 구매와 직접적으로 연관된 소비자 혜택입니다.

패널 데이터(panel data): 개별 소비 패턴, 판촉의 영향 및 행동 전환에 액세스하기 위해 시간 경과에 따라 개별 고객의 행동을 추적하는 것입니다.

할인 가격(discount price): 제품의 세일 가격입니다. 임시 가격 할인이라고도 합니다.

핵심성과지표(KPI, key performance indicator): 사전 정의된 핵심 목표에 대한 성공에 액세스하기 위한 측정 세트입니다.

활동 기반 원가 계산(activity-based costing): 전통적인 비용 회계와 같이 모든 항목에 균등하게 비용을 분배하는 훨씬 간단한 방법이 아니라 모든 활동의 비용을 각 항목에 할당하는 회계 시스템입니다. 이로 인해 사용자가 일단 운송, 임금 및 오버헤드 등의 모든 공급 체인 비용을 포함시키면 항목을 판매하기 위한 비용을 정확하게 알 수 있습니다.

Accrual 펀드(Accrual fund): 계정에 거래 자금을 할당하기 위해 사용된 총당금 또는 자금 조달 방법입니다. 총당금으로 적용되는 경우 제조업체는 소매업체에 그 해 중에 구매하는 모든 케이스에 대해 설정된 금액을 지불하는 것에 동의합니다 (여기에는 모든 기본 볼륨 및 모든 판촉 볼륨이 포함될 수 있음). 대신에 소매업체는 그 해 전체에 걸쳐 제조업체에 대해 설정된 판촉 수를 실행하는 것에 동의합니다. Accrual 펀드 및 총당금의 차이는 Accrual 펀드의 경우에는 한 거래가 전체 연도에 해당하는 판촉에 대해 완료되며 총당금의 경우에는 각 이벤트에 대해 다른 기간이 협상됩니다.

Bayesian 추론(Bayesian inference): 희박한 데이터 환경에 유용한 통계 모델링에 대한 매우 복잡한 접근 방식입니다. Bayesian 추론은 200여 년 전에 살았던 Rev. Thomas Bayes의 이론을 기반으로 합니다. Phil Delurgio는 대규모의 강력한 Bayesian 모델을 구축함에 있어 숙련된 소수 전문 외부 학계 중 하나입니다.

Bayesian 축소(Bayesian shrinkage): 모델 추정치를 지능적으로 "축소"하고 극한 값을 완화하기 위해 제품 및 상점에 걸쳐 정보가 차용되는 Bayesian 방법입니다.

BOGO: "하나를 구매하면 하나를 무료로 얻습니다." 종종 제품에서 구매 및 구비를 위해 소비자에게 인센티브를 제공할 때 사용하는 판촉 전략입니다.

DSD: 직접 상점 전달입니다. 유통업자 또는 도매업자와 같은 중간 상인을 우회하여, 제조업체에서 소매 상점까지 전달하는 방식입니다.

EDLP: 상시저가. Wal-Mart는 매일 낮은 가격을 제공하여 고객과의 신뢰를 설정한 EDLP의 선구자입니다. 다른 상점은 매일 더 높은 가격을 선택하지만 판촉이나 할인가는 커집니다.

IBM Price Optimization and Price Management: 모든 상점의 모든 제품에 대해 최적의 가격을 설정하여 소매업체 및 제조업체가 이익을 최대화하도록 돕는 IBM Omni-Channel Merchandising 소프트웨어 시스템입니다.

POS 데이터(POS data): 체크아웃 시에 스캐너에 의해 수집되는 판매 시점 정보입니다. POS 데이터는 판매된 모든 항목의 날짜, 볼륨 및 구매 가격을 표시합니다.

Promotion Planning & Optimization: 소매업체 및 제조업체가 제품 판촉 결정을 최적화할 수 있도록 돕는 IBM Omni-Channel Merchandising 소프트웨어 서비스입니다.

SKU: 재고 보관 단위입니다. 소매업체가 제품에 지정하는 번호입니다.

TPR: 임시 가격 할인입니다. 임시 기간 동안의 제품 소비자 가격 할인입니다.

UPC: 범용 제품 코드입니다. 제조업체가 발행한 개별 소비자 제품을 고유하게 식별하는 수 및 바코드입니다. IBM Omni-Channel Merchandising 표준은 14자리입니다.

제 11 장 빠른 참조 안내서

이 절은 IBM OpenLink의 모든 키 명령 및 기능에 대한 요약입니다.

관련 항목

『속성화 프로세스』

207 페이지의 『PIF 사용 대 OpenLink UI』

208 페이지의 『수요 그룹 힌트』

208 페이지의 『크기/UOM 힌트』

208 페이지의 『드롭(모델에 포함되지 않음)』

209 페이지의 『제품 정보 파일(PIF) 일반 정보』

209 페이지의 『PIF 세부사항』

속성화 프로세스

속성화 프로세스는 11개의 기본 단계로 나눌 수 있습니다.

	설명	참고	도구
1	카테고리 이동 승인/거부	분리된 제품에 대해서는 "분류되지 않음" 카테고리를 선택하십시오.	OpenLink
2	제품 상태 실행	회사에서 매주 상태 파일을 전송하는 경우 제품 상태를 실행할 필요가 없습니다. 제품 상태가 업데이트되었는지 확인하려면 가격 업데이트 프로세스를 수행하기 전에 PSR을 실행하십시오.	OpenLink
3	PIF 내보내기	이메일의 자동화된 메시지 또는 애플리케이션 받은 편지함을 통해 제품 정보 파일(PIF)에 액세스하십시오.	OpenLink

	설명	참고	도구
4	<p>PIF를 사용하여 콘텐츠 편집</p> <ul style="list-style-type: none"> • 수요 그룹 • 크기 • UOM • 브랜드 • 모델에 포함됨 • 크기 제품군** • 크기 클래스** • 브랜드 제품군** • 브랜드 클래스** • 사전 가격** • 라인 그룹** • 기타 제품군 1 및 2** • 기타 클래스 1 및 2** 	<p>PIF는 Excel 스프레드시트이므로 해당 방법으로 처리해야 합니다. PIF를 OpenLink로 다시 가져오기 전에 모든 수식을 제거해야 합니다. 제품 정보 파일에서 어떠한 행도 삭제하지 마십시오. 제품을 모델링할 수 없는 경우에는 PIF에서 삭제하십시오.</p> <p>참고: 라인 그룹, 사전 책정 가격, 크기 제품군/크기 클래스, 브랜드 제품군/브랜드 클래스 및 기타 제품군/기타 클래스 값은 시나리오 준비 목적으로만 구성 가능한 PIF에 추가할 있습니다. 모델링 프로세스에는 필요하지 않습니다.</p>	Excel PIF
5	PIF 가져오기	PIF를 OpenLink로 다시 가져오기 전에 수식을 제거하십시오. 가져올 파일의 이름 길이를 제한하십시오. 가져오기 자동화 메시지에서 잠재적인 오류를 확인하십시오.	OpenLink
6	등가 단위 실행	카테고리를 모델링하기 위해 제출하기 전에 동등화할 POS가 포함된 항목 수를 확인하십시오.	OpenLink
7	무결성 검사 수행	카테고리 분석 보고서 사용: 브랜드 및 수요 그룹 집계. 필요에 따라 승인하거나 오류를 수정하십시오.	OpenLink
8	콘텐츠 편집(해당되는 경우에 한함)	필요한 경우 브랜드 이름 및 등가 단위의 문제 정정을 이중 검사하십시오. 이 단계는 위 여러 단계가 다시 완료되도록 여러 번 프롬프트될 수 있습니다.	OpenLink

	설명	참고	도구
9	수요 그룹 관계 완료	수요 그룹 간에 관계가 존재하지 않으면 수요 그룹 관계 매트릭스를 완료할 필요가 없습니다. 카테고리 관리자 페이지에서 발견됩니다.	OpenLink
10	제품을 속성화된 것으로 표시	제품을 속성화된 것으로 표시합니다. 초기 속성화가 IBM Omni-Channel Merchandising 통계에 전송된 후에 새 제품이 쉽게 식별될 수 있도록 속성 해제된 제품의 수 열도 0으로 "재설정"됩니다.	OpenLink
11	카테고리 상태 설정	IBM Omni-Channel Merchandising 통계 전문가에게 카테고리가 모델링될 준비가 되었음을 경고합니다. 이 경고 알림을 수신하도록 가입한 경우에 통계 전문가에게 이메일이 전송됩니다.	OpenLink

PIF 사용 대 OpenLink UI

다음 경우에 PIF를 사용하십시오.

- 새 수요 그룹 이름이 설정되어야 하며 보통 다음 사항이 true인 경우에 발생합니다.
- 카테고리가 처음 속성화되는 경우
- 새 제품 라인이 카테고리에 도입되는 경우
- 지난 속성화 이후로 1년을 초과하여 경과한 경우
- PIF를 사용하는 속성화가 "오프라인"인 경우에 더 잘 수행되는 경우
- Excel 스프레드시트(예: 사무실 외부, UI가 사용 불가능한 경우 등)

다음 경우에는 OpenLink "컨텐츠 편집"을 사용하십시오.

- 가격 유지보수를 위해 새 제품을 속성화해야 합니다.

참고: 새 제품을 기존 수요 그룹에 입력해야 합니다.

- 브랜드 이름 정정('카테고리 분석' 기능 사용)
- 20개 미만의 제품을 속성화해야 함

수요 그룹 힌트

- 수요 그룹은 대체 가능성이 높은 제품입니다.
- 수요 그룹 내의 제품은 가격 및 UOM당 가격이 상대적으로 가까워야 합니다.
- 수요 그룹은 동일한 수요 그룹에 속하나 기준 소매 가격이 동일하지는 않는 제품을 구분하기 위해 접미부를 사용할 수 있습니다.
- PRM = 프리미엄(높은 기준 소매 가격, 품질이 가장 좋은 것으로 간주되는 디자인 제품)
- REG = 정가(좋은 제품, 평균 소매 가격 제품)
- ECON = 경제형(낮은 기준 소매 가격, 품질이 가장 나쁜 것으로 간주되는 진입 레벨)
- TS = 테스트 크기(일반적으로 상점의 별도의 부분에서 구매됨)
- IND = 덕용 또는 덕용 크기(일반 크기 제품으로 "대체 가능성이 높지 않음")
- 테스트 크기 및 덕용 크기 제품을 자체 수요 그룹으로 분리하십시오.
- 1개 제품 수요 그룹의 사용을 극단적인 상황으로 제한하십시오.
- 수요 그룹 내의 제품은 대칭적으로 서로 합병합니다. 수요 그룹 내에 비대칭 관계가 존재하면 제품을 두 수요 그룹으로 분리하고 수요 그룹 관계 매트릭스를 통해 관계를 제어하십시오.

크기/UOM 힌트

- UOM은 수요 그룹 내에서 일관적이어야 합니다.
- 테스트 크기 또는 "보너스" 제품은 크기 제품군/크기 클래스 관계에 포함될 수 없습니다.
- 크기는 고객이 진정으로 구매하고자 하는 크기를 반영하도록 변경되어야 하는 경우가 있습니다(예: 세탁 세제 온스를 회분으로).

드롭(모델에 포함되지 않음)

PIF에서 제품을 삭제하면 안됩니다. 대신 PIF에서 제품을 드롭하십시오. 즉, 모델링하지 않도록 하십시오.

PIF에서 제품을 삭제하려면 다음을 수행하십시오.

- 모델에 포함됨 열을 "아니오"로 변경하십시오.

어떠한 제품을 드롭해야 합니까?

- 판매할 수 없는 제품
- 오래된 제품

- 통계적으로 중요하지 않은 제품(세 가지 기준을 모두 충족해야 함)
- 고객 상태 = 중단됨
- 마지막 스캔 > 카테고리에 대한 마지막 스캔 전 90일
- 평균 주간 볼륨이 매우 낮음
- POS가 없는 제품 - POS가 부족한 제품은 모델링되지 않습니다. 이러한 제품은 PIF에서 '드롭'되거나 새/활성 제품인 경우 기존 제품에 링크되어야 합니다.

제품 정보 파일(PIF) 일반 정보

- PIF에서 정보를 삭제하지 마십시오. 제품을 모델링할 수 없는 경우에는 드롭하십시오.
- PIF를 DT OpenLink로 성공적으로 가져오기 위해서는 수식을 포함하면 안됩니다.
- Excel 워크북의 첫 번째 스프레드시트만 DT OpenLink로 가져옵니다. PIF 가져오기 전에 피벗 테이블 또는 형식화를 포함하는 모든 추가 시트를 삭제하십시오.
- PIF를 가져올 때 추가 열을 포함할 수 있습니다. 가져오기에서 열 머리글을 찾으므로 이를 삭제하지 마십시오!
- 또한 PIF 열을 다시 정렬할 수 있습니다. 가져오기에서는 순서, 즉, 열의 첫 두 행(열의 이름)을 고려하지 않습니다.
- 일단 PIF를 가져오면 OpenLink 애플리케이션에서 사용자가 수행하는 모든 변경사항이 사용자의 저장된 PIF Excel 스프레드시트에 반영되지 않습니다. 카테고리 작업이 완료되면 완료된 PIF를 다시 내보내도록 권장합니다.

PIF 세부사항

PIF 속성:

참고:

이름	설명	완료하는 방법	소스
참조 UPC	소매업체의 UPC	변경하지 않음	소매업체가 정의한 대로의 UPC
참조 고객 제품 키	소매업체 제품 번호 지정 시스템입니다. 사용할 수 없으면 UPC가 기본값이 됩니다.	변경하지 않음	맵에서 정의된 대로의 UPC 또는 소매업체 ID

이름	설명	완료하는 방법	소스
모델에 포함됨	"드롭" 제품이 모델에 포함되지 않도록 배치합니다. 이러한 제품은 시나리오에도 포함되지 않습니다.	제품을 모델링하지 않으려면 "아니오"로 변경하십시오.	기본값은 예입니다.
설명	매일 가격 관리에 전송되는 제품 설명	일반적으로, 변경되지 않습니다.	소매업체 설명입니다. 소매업체에 설명이 틀 이상인 경우, 맵을 확인하십시오.
수요 그룹	대체 가능성이 높은 제품의 컬렉션	영숫자, 최대 50자, 공백 없음(단어를 구분하기 위해 밑줄 사용). 알파벳 문자로 시작해야 합니다.	기본 값은 DEFAULT_demand 그룹입니다.
크기	소매업체/부서/카테고리 레벨에서 모델링에 사용할 크기(측정 볼륨)입니다. 이 크기는 추론될 수 있습니다.	숫자. "무료 또는 보너스" 제품인 경우, 기본 크기 + "무료" 양을 포함시키십시오.	소매업체의 제품 파일
UOM	모델링 및 최적화에 사용되는 측정 단위입니다. 수요 그룹 내에서 일관적이어야 합니다.	알파벳 CT, OZ, LOAD, SHEET, LB	소매업체의 제품 파일
브랜드	모델링에 사용될 수정되거나 추론된 브랜드입니다. 브랜드는 PIF 또는 OpenLink 카테고리 분석 페이지에서 간소화될 수 있습니다.	알파벳만 사용 가능, 공백 또는 특수 문자(&, /, "", *) 제외	소매업체의 제품 파일
참조 DT 상태	제품 상태 분석기 규칙의 결과를 집계하여 판별됩니다.	변경하지 않음	제품 상태 분석기의 결과(실행 중인 경우에 한함)
참조 고객 상태	소매업체에서 전송될 때의 제품 상태	변경하지 않음	소매업체의 위치 상태 파일: 값이 전송되지 않은 경우 기본값이 ACTIVE임
참조 현재 소매	통계 요약: 모든 상점에 걸쳐 지난 12개월 동안의 현재 소매 가격의 평균(로드된 경우에 한함)	변경하지 않음	소매업체의 가격 파일
참조 평균 스캔 가격	요약 통계: 지난 12개월 동안의 볼륨 가중치가 적용된 평균 스캔 가격	변경하지 않음	POS 스캔 데이터
UOM당 참조 가격	요약 통계: PIF에 대한 정보로 나눈 UOM당 가격	변경하지 않음	PIF에서 계산됨

이름	설명	완료하는 방법	소스
참조 평균 주간 볼륨	요약 통계: 체인 레벨에서 모든 상점에 걸쳐 지난 12개월 동안의 평균 주간 볼륨입니다. 애플리케이션에 주간에 대한 레코드가 없으면 볼륨이 0으로 개수되지 않습니다.	변경하지 않음	POS 스캔 데이터
참조 비용	요약 통계: 현재 비용 파일에서 전송된 교차 상점 단순 평균 비용입니다(사용 가능한 경우에 한함).	변경하지 않음	POS 스캔 데이터
참조 첫 번째 스캔 날짜	(모든 상점에 걸쳐) 제품이 처음 스캔된 날짜	변경하지 않음	POS 스캔 데이터
참조 마지막 스캔 날짜	(모든 상점에 걸쳐) 제품이 마지막으로 스캔된 날짜	변경하지 않음	POS 스캔 데이터
제품 ID	IBM Omni-Channel Merchandising에서 지정된 고유 SKU ID	변경하지 않음	시스템 지정

강조표시된 행은 필드가 PIF에서 완료되어야 함을 표시합니다.

이름	설명	완료하는 방법	소스
크기 클래스	IBM OpenLink 또는 IBM Price Management에서 적용됩니다. 크기 제품군의 각 항목에 8oz = SMALL, 16oz = MEDIUM, 24oz = LARGE라는 숫자/레벨이 지정됩니다.	허용 가능한 크기 클래스 형식은 IBM Price Management의 카테고리에 대해 정의된 크기 클래스입니다. 크기 클래스가 아직 정의되지 않은 경우, IBM Price Management에서 나중에 수정할 수 있는 기본 크기 클래스 (XXX-LARGE, XX-LARGE, X-LARGE, LARGE, MEDIUM, SMALL, X-SMALL, XX-SMALL, XXX-SMALL)를 사용하십시오. 최대 50자입니다. 보너스 제품 또는 테스트용/여행용 크기를 크기 클래스에 포함시키지 마십시오.	공백

이름	설명	완료하는 방법	소스
크기 제품군	OpenLink 또는 가격에 적용됩니다. 크기 제품군은 동일한 제품의 다른 크기가 절대적 기초(예를 들어, 소형 < 중형 < 대형) 및 등가 가격을 기반으로 하는 상대적 기초(예를 들어, 소형 제품이 중형 제품보다 하나 당 가격이 저렴해야 함)에 따라 가격 책정 방법에 대한 규칙을 설정하는 데 사용됩니다.	알파벳, 최대 50자	공백
브랜드 클래스	한 제품군의 두 제품을 차별화하는 값입니다. 이 경우, 브랜드 클래스가 브랜드 제품군 내의 제품을 차별화합니다.	NATIONAL, PRIVATE LABEL 또는 필요에 따라 정의되며 최대 50자입니다.	소매업체의 제품 파일이며 일반적으로 비어 있음
브랜드 제품군	규칙을 통한 비교를 위해 두 제품을 함께 링크하는 값입니다. 브랜드 제품군은 일반적으로 브랜드를 교차하여 비교되는 제품의 유형 및 크기입니다.	알파벳, 특수 문자(&, /, *) 제외, 최대 50자	소매업체의 제품 파일이며 일반적으로 비어 있음
Pre Priced	소매업체가 제공하는 사전에 가격이 책정된 제품을 표시합니다. 사전에 제품의 가격이 책정된 경우, 1로 채워집니다. 사전에 가격이 책정된 제품은 최적화 과정 동안 가격이 변경되지 않습니다.	가격이 책정된 제품 = 1 가격이 책정되지 않은 제품 = 0	기본값은 0이며 소매업체로부터 가격이 전송된 경우에 1 값은 사전에 가격이 책정된 제품을 표시합니다.
라인 그룹	소매업체가 전송한 라인 가격 그룹 값입니다.	영숫자, 공백 또는 특수 문자(&, /, *) 제외, 최대 50자	소매업체의 제품 파일
기타 제품군/기타 클래스 1 및 2	브랜드 제품군/클래스가 이미 활용되고 있는 경우에 기타 관계를 설정합니다.	필요에 따라 정의	공백
참조 레벨 1-12 코드/설명	일반적으로 호스트 시스템의 제품 계층 구조 필드입니다. 대략적인 수요 그룹 구조를 파악하는 데 도움이 될 수 있습니다.	변경하지 않음	소매업체 데이터

이름	설명	완료하는 방법	소스
참조 속성 0-9	사용자의 위치 또는 제품 파일에서 위치 또는 SKU 속성 값을 전송하면(일반적으로 IT 부서가 전송함), 제품 테이블의 속성 필드를 사용하여 PIF에 해당 값을 채우도록 선택할 수 있습니다.	변경하지 않음	소매업체 데이터

주의사항

이 정보는 미국에서 제공되는 제품 및 서비스용으로 작성된 것입니다.

IBM은 다른 국가에서 이 책에 기술된 제품, 서비스 또는 기능을 제공하지 않을 수도 있습니다. 현재 사용할 수 있는 제품 및 서비스에 대한 정보는 한국 IBM 담당자에게 문의하십시오. 이 책에서 IBM 제품, 프로그램 또는 서비스를 언급했다고 해서 해당 IBM 제품, 프로그램 또는 서비스만을 사용할 수 있다는 것을 의미하지는 않습니다. IBM의 지적 재산을 침해하지 않는 한, 기능상으로 동등한 제품, 프로그램 또는 서비스를 대신 사용할 수도 있습니다. 그러나 비IBM 제품, 프로그램 또는 서비스의 운영에 대한 평가 및 검증은 사용자의 책임입니다.

IBM은 이 책에서 다루고 있는 특정 내용에 대해 특허를 보유하고 있거나 현재 특허 출원 중일 수 있습니다. 이 책을 제공한다고 해서 특허에 대한 라이선스까지 부여하는 것은 아닙니다. 라이선스에 대한 의문사항은 다음으로 문의하십시오.

150-945

서울특별시 영등포구

국제금융로 10, 3IFC

한국 아이.비.엠 주식회사

대표전화서비스: 02-3781-7114

2바이트(DBCS) 정보에 관한 라이선스 문의는 한국 IBM에 문의하거나 다음 주소로 서면 문의하시기 바랍니다.

Intellectual Property Licensing

Legal and Intellectual Property Law

IBM Japan Ltd.

1623-14, Shimotsuruma, Yamato-shi

Kanagawa 242-8502 Japan

다음 단락은 현지법과 상충하는 영국이나 기타 국가에서는 적용되지 않습니다. IBM은 타인의 권리 비침해, 상품성 및 특정 목적에의 적합성에 대한 묵시적 보증을 포함하여(단, 이에 한하지 않음) 묵시적이든 명시적이든 어떠한 종류의 보증 없이 이 책을 "현상태대로" 제공합니다. 일부 국가에서는 특정 거래에서 명시적 또는 묵시적 보증의 면책사항을 허용하지 않으므로, 이 사항이 적용되지 않을 수도 있습니다.

이 정보에는 기술적으로 부정확한 내용이나 인쇄상의 오류가 있을 수 있습니다. 이 정보는 주기적으로 변경되며, 변경된 사항은 최신판에 통합됩니다. IBM은 이 책에서 설명한 제품 및/또는 프로그램을 사전 통지 없이 언제든지 개선 및/또는 변경할 수 있습니다.

이 정보에서 언급되는 비IBM의 웹 사이트는 단지 편의상 제공된 것으로, 어떤 방식으로든 이들 웹 사이트를 옹호하고자 하는 것은 아닙니다. 해당 웹 사이트의 자료는 본 IBM 제품 자료의 일부가 아니므로 해당 웹 사이트 사용으로 인한 위험은 사용자 본인이 감수해야 합니다.

IBM은 귀하의 권리를 침해하지 않는 범위 내에서 적절하다고 생각하는 방식으로 귀하가 제공한 정보를 사용하거나 배포할 수 있습니다.

(i) 독립적으로 작성된 프로그램과 기타 프로그램(본 프로그램 포함) 간의 정보 교환 및 (ii) 교환된 정보의 상호 이용을 목적으로 본 프로그램에 관한 정보를 얻고자 하는 라이선스 사용자는 다음 주소로 문의하십시오.

150-945

서울특별시 영등포구

국제금융로 10, 3IFC

한국 아이.비.엠 주식회사

대표전화서비스: 02-3781-7114

이러한 정보는 해당 조건(예를 들면, 사용료 지불 등)하에서 사용될 수 있습니다.

이 정보에 기술된 라이선스가 부여된 프로그램 및 프로그램에 대해 사용 가능한 모든 라이선스가 부여된 자료는 IBM이 IBM 기본 계약, IBM 프로그램 라이선스 계약(IPLA) 또는 이와 동등한 계약에 따라 제공한 것입니다.

본 문서에 포함된 모든 성능 데이터는 제한된 환경에서 산출된 것입니다. 따라서 다른 운영 환경에서 얻어진 결과는 상당히 다를 수 있습니다. 일부 성능은 개발 단계의 시스템에서 측정되었을 수 있으므로 이러한 측정치가 일반적으로 사용되고 있는 시스템에서도 동일하게 나타날 것이라고는 보증할 수 없습니다. 또한 일부 성능은 추정을 통해 추측되었을 수도 있으므로 실제 결과는 다를 수 있습니다. 이 책의 사용자는 해당 데이터를 본인의 특정 환경에서 검증해야 합니다.

비IBM 제품에 관한 정보는 해당 제품의 공급업체, 공개 자료 또는 기타 범용 소스로부터 얻은 것입니다. IBM에서는 이러한 제품들을 테스트하지 않았으므로, 비IBM 제품과 관련된 성능의 정확성, 호환성 또는 기타 청구에 대해서는 확신할 수 없습니다. 비IBM 제품의 성능에 대한 의문사항은 해당 제품의 공급업체에 문의하십시오.

IBM이 제시하는 방향 또는 의도에 관한 모든 언급은 특별한 통지 없이 변경될 수 있습니다.

여기에 나오는 모든 IBM의 가격은 IBM이 제시하는 현 소매가이며 통지 없이 변경될 수 있습니다. 실제 판매가는 다를 수 있습니다.

이 정보에는 일상의 비즈니스 운영에서 사용되는 자료 및 보고서에 대한 예제가 들어 있습니다. 이들 예제에는 개념을 가능한 완벽하게 설명하기 위하여 개인, 회사, 상표 및 제품의 이름이 사용될 수 있습니다. 이들 이름은 모두 가공의 것이며 실제 기업의 이름 및 주소와 유사하더라도 이는 전적으로 우연입니다.

상표

IBM, IBM 로고 및 ibm.com[®]은 전세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표 또는 등록상표입니다.

기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 타사의 상표입니다.

현재 IBM 상표 목록은 웹의 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

