

COMARCH BI

oriflame  
natural swedish cosmetics



ORIFLAME

CASE STUDY COMARCH BUSINESS INTELLIGENCE

## O ORIFLAME

Oriflame jest globalnym przedsiębiorstwem specjalizującym się w produkcji oraz dystrybucji kosmetyków oraz towarzyszących akcesoriów. Spółka powstała w 1967 r. w Szwecji, obecnie działa w 65 krajach, natomiast na polskim rynku pojawiła się w roku 1991. Model działalności opiera się na systemie sprzedaży bezpośredniej z użyciem marketingu wielopoziomowego (MLM z ang. multi-level marketing), a więc bez konieczności posiadania własnej sieci stacjonarnych punktów sprzedaży ani struktur dostawy produktów do innych sklepów. Kosmetyki Oriflame dystrybuowane są za pomocą rozległej sieci konsultantów firmy działających w systemie prowizyjnym. Sprzedawcy tworząc własną strukturę sprzedaży i pozyskując nowych współpracowników uczestniczą w procesie podziału wypracowanej marży, a także po osiągnięciu odpowiedniego pułapu sprzedaży mogą liczyć na dodatkowe premie.

## O PROJEKCIE

Celem projektu było wykorzystanie danych gromadzonych na temat ponad 180 tys. polskich konsultantów firmy, zawierających podstawowe informacje, dane o realizowanych przez nich zamówieniach oraz sieci sprzedaży, jaką udało im się zbudować i przeprowadzenie na tej podstawie segmentacji. Priorytetem stało się zbudowanie jak najbardziej uniwersalnych segmentów, których wyodrębnienie mogłoby przynieść jak największą wartość biznesową oraz poprawę komunikacji z konsultantami. Zadaniem projektu było zapewnienie możliwości zindywidualizowanego podejścia oraz dostosowania strategii komunikacji dla każdego z segmentów i zwiększenia ogólnych przychodów całej sieci. Odpowiednio przeprowadzona analiza i wyodrębnienie jednorodnych grup wpłynęło na zdefiniowanie zbioru najbardziej perspektywicznych sprzedawców, czy też konsultantów, którzy skupiają się głównie na rozwijaniu własnej sieci sprzedażowej lub też dokonują zakupów wyłącznie na własny użytek. Przeprowadzona segmentacja pozwoliła również na celniejsze zaadresowanie oferty produktowej, przyznawanie rabatów oraz rozliczanie prowizji,

jak również lepsze zrozumienie zachowań konsultantów i stworzenie okazji do zacieśnienia z nimi relacji oraz podniesienia efektywności sprzedaży w obrębie segmentu. Dostarczona platforma to również narzędzie umożliwiające prowadzenie dodatkowych analiz i wizualizowanie zaawansowanych statystyk dotyczących potencjału konsultantów, klasyfikowania do grup specjalnych, badania aktywności czy też bieżącego monitorowania oraz porównywania KPI poszczególnych segmentów.

## WYKORZYSTANE TECHNOLOGIE

### OKIEM KLIENTA

Cały proces segmentacji został zaprojektowany i przeprowadzony w taki sposób, ażeby jak najlepiej oddawać specyfikę działalności, którą na co dzień prowadzimy. Udało się stworzyć taki model, który z jednej strony zapewnia zgodność z metodologią prowadzenia statystycznej segmentacji obiektów, a z drugiej w pełni pokrywa się z naszymi oczekiwaniami oraz regułami biznesowymi, które zauważamy na rynku. Dzięki ścisłej kooperacji pomiędzy zespołami projektowymi Comarch i Oriflame udało się stworzyć na tyle uniwersalne rozwiązanie, że jego przeniesienie na realia innych rynków, na których prowadzimy swoją działalność nie powinno powodować większych trudności.





Na potrzeby projektu Oriflame wykorzystano platformę bazodanową Oracle oraz zaawansowane narzędzia statystyczne do obsługi zadań związanych z procesem segmentacji konsultantów sieci. Jako środowisko do obliczeń statystycznych wykorzystano SPSS Modeler wspomagany przez skrypty języka R. Dużym wyzwaniem okazał się być dobór takiego zestawu atrybutów, które w jak największym stopniu przyczyniłyby się do wyłonienia możliwie jak najbardziej jednorodnych grup, przy jednoczesnym uzyskaniu jak największej heterogeniczności pomiędzy uzyskanymi skupieniami. Początkowy zestaw ponad 500 różnorodnych wskaźników po analizie biznesowej i weryfikacji statystycznej zredukowany został do około 50 najważniejszych atrybutów, które stały się punktem wyjścia dla zaawansowanych algorytmów segmentacyjnych (m.in. TwoSteps Cluster).

## WYZWANIA PROJEKTU

Projekt dla Oriflame jest pilotażowym przedsięwzięciem całej grupy przeprowadzonym na polskim rynku, z możliwością rozszerzenia również na inne kraje, w których przedsiębiorstwo prowadzi działalność operacyjną. W związku z tym szczególny nacisk położono na jak największą uniwersalność budowanego rozwiązania pozwalającą – po drobnych korektach – na jego implementację zarówno na rynkach dojrzałych, dynamicznych, jak i na potrzeby realiów krajów dopiero się rozwijających. Od samego początku trwania projektu położono duży nacisk na dbanie o najwyższą jakość przetwarzanych danych. W związku ze skomplikowanym procesem czyszczenia danych będącym częścią procedury ETL oraz ogromną ilością weryfikowanych reguł biznesowych szczególnie cennym osiągnięciem okazało się stworzenie syntetycznego zbioru rozpatrywanych parametrów i zbudowanie na tej podstawie takich segmentów, które byłyby dla Klienta szczególnie cenne z biznesowego punktu widzenia.

WIĘCEJ O COMARCH  
BUSINESS INTELLIGENCE  
[WWW.BI.COMARCH.PL](http://WWW.BI.COMARCH.PL)



## CONTACT US

Visit [www.comarch.com](http://www.comarch.com) for the contact information of our offices in the following countries:

Albania	Malaysia
Austria	Panama
Belgium	Poland
Brazil	Russia
Canada	Spain
Chile	Switzerland
China	Turkey
Finland	UAE
France	UK
Germany	Ukraine
Italy	USA
Luxembourg	

Spółka Comarch Spółka Akcyjna z siedzibą w Krakowie, Aleja Jana Pawła II 39A, zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000057567. Wysokość kapitału zakładowego Spółki wynosi 8,133,349.00 zł. Kapitał zakładowy został wpłacony w całości. NIP: 677-00-65-406.

Copyright © Comarch 2016. All Rights Reserved