



SONY POLSKA
ROZWIĄZANIE COMARCH BUSINESS INTELLIGENCE
DLA SONY POLSKA



O FIRMIE SONY

Japońskie przedsiębiorstwo założone w 1946 roku przez Masaru Ibukę i Akio Moritę w Tokio, obecnie jest jednym z największych światowych producentów elektroniki użytkowej. Firma zatrudnia na całym świecie ponad 160 tys. pracowników, a jej obroty przekraczają 65 mld. dolarów rocznie. Misją Sony jest dostarczanie ludziom nowych technologii, materiałów i usług na niespotykane do tej pory sposoby, które pozwolą im na nowo kształtować swój sposób postrzegania świata i wzbogacą ich życie.

WIĘCEJ O COMARCH
BUSINESS INTELLIGENCE
WWW.BI.COMARCH.PL

CELE PROJEKTU

Podstawowym celem projektu Comarch BI dla Sony Polska była integracja danych z wielu źródeł danych, wykorzystywanych przez Sony, oraz raportowanie wyników sprzedaży i stanów magazynowych poszczególnych jednostek. Informacje pochodziły z 34 sklepów Sony w Polsce, zaopatrzonych w systemy Comarch (ERP: Altum, XL, Optima), ale także z systemów w centrali firmy (Sap, Footfall). Oprócz tego należało zapewnić automatyczne udostępnianie i wystanie odpowiednich danych z utworzonej hurtowni do głównej hurtowni danych Sony, czy systemu lojalnościowego firmy. Automatycznie udostępniane miały być także predefiniowane raporty, dotyczące konkretnych obszarów działalności (sprzedaż, magazyny). Dodatkowo Sony zainteresowane było aplikacją zliczającą klientów odwiedzających poszczególne sklepy, oraz udostępnianiem takiej informacji w kontekście pozostałych danych w hurtowni danych.

COMARCH BI DLA SONY

Dostarczone rozwiązanie integruje dane pomiędzy 8 różnymi systemami, zapewniając odpowiednią spójność i jakość dostarczanej informacji. Zgodnie z wymaganiami klienta synchronizacja danych z każdym z systemów odbywa się o określonych godzinach, w ustalonych interwałach czasowych.

Z racji specyfiki projektu godziny i interwały różnią się, co stanowi dodatkowe wyzwanie.

Zintegrowane w projekcie narzędzia posiadają odmienne interfejsy odczytujące dostarczane dane, dlatego też przygotowane zostały różne typy plików, m.in.: xml, csv czy xls sql.

Zarówno zestawy danych dla poszczególnych systemów, jak i predefiniowane raporty dystrybuowane są automatycznie przez odpowiednie mechanizmy, wbudowane w narzędzia wykorzystane do realizacji projektu. Oprócz standardowych raportów sprzedażowych, stanów magazynowych, ilości odwiedzin, w ramach projektu zaimplementowano również mechanizmy oraz raporty data quality. W dużym stopniu automatyzują one proces kontroli jakości danych, pozwalają wychwycić błędy, uniemożliwiając ich skopiowanie pomiędzy systemami.

KORZYŚCI

Implementując rozwiązanie Comarch BI, Sony odnotowało szereg korzyści biznesowych. Płynna i sprawna wymiana danych pomiędzy systemami pozwala na bieżąco analizować sytuację w firmie. Jeżeli w danym sklepie brakuje poszukiwanego przez klienta towaru, sprzedawca analizując raporty stanów magazynów, jest w stanie szybko wskazać klientowi gdzie znajduje się najbliższy sklep, w którym znajdzie interesujący go produkt.

Inną korzyścią wynikającą z raportowania stanów magazynowych jest zapewnienie odpowiedniego poziomu towarów we wszystkich sklepach i monitorowanie na bieżąco poziomu sprzedaży, na podstawie ilości towarów w magazynie. Analizując dostarczane dane centrala Sony jest w stanie z wyprzedzeniem prognozować, kiedy w wybranym sklepie zabraknie towaru i odpowiednio wcześniej uzupełnić stan zapasów, bez konieczności kontaktowania się z managerem sklepu.

Integracja i analiza danych sprzedażowych w różnych przekrojach umożliwia z kolei dokładne badanie struktury i poziomu sprzedaży w poszczególnych sklepach. Raporty sprzedażowe z odpowiednimi danymi wysyłane są zarówno do centrali firmy, jak i do poszczególnych salonów. Dzięki temu managerowie sklepów otrzymują na bieżąco informacje na temat sprzedaży w ich jednostce, w zestawieniu z wieloma innymi czynnikami, np.: wartość sprzedaży z bieżącego okresu w porównaniu do poprzedniego (miesiąc do miesiąca, rok do roku, itp.), sprzedaż w sklepie w porównaniu do sprzedaży całej sieci/innego sklepu Sony.

Jednocześnie zsumowane dane o sprzedaży i stanach magazynowych wysyłane są do centrali firmy, gdzie również wykonywane są na nich odpowiednie analizy.

Kolejną zaletą wprowadzonego rozwiązania jest analiza ilości odwiedzin sklepów przez klientów. Informacje zbierane na bramkach sklepowych już same w sobie stanowią cenne źródło informacji, pokazują bowiem, jak popularny jest dany sklep.

W zestawieniu z pozostałymi danymi dostarczają jednak o wiele szerszy zakres analiz. Przykładowo, wprowadzając w wybranych dniach promocję, a następnie analizując ilość odwiedzin klientów w czasie, analitycy Sony w prosty sposób dowiadują się o wpływie promocji na wzrost zainteresowania klientów. Oprócz tego, wykorzystując dane z kas sklepowych analizowane jest, ilu klientów po wejściu do sklepu zdecydowało się dokonać zakupu, a ilu wyszło bez kupowania. Jeżeli wskaźnik odbiega od pozostałych sklepów to znak, że występuje problem w samym lokalu, przykładowo: nietrafiony wystrój, źle ustawiona ekspozycja, niemiła obsługa. Możliwość wykorzystania danych o wejściach do sklepu stanowią dużą wartość dodaną systemu.

KONTAKT

Odwiedź www.comarch.com żeby uzyskać więcej informacji o naszych biurach w wybranych krajach:

Albania	Malezja
Austria	Panama
Belgia	Polska
Brazylia	Rosja
Kanada	Hiszpania
Chile	Szwajcaria
Chiny	Turcja
Finlandia	UAE
Francja	Wielka Brytania
Niemcy	Ukraina
Włochy	USA
Luxemburg	

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. Wszystkie prawa zastrzeżone.