



**CALZEDONIA**

> CLIENTE: CALZEDONIA

> ESIGENZE: ANALISI PERFORMANCE  
PUNTI VENDITA

> SETTORE: FASHION

> SOLUZIONI: BUSINESS INTELLIGENCE  
ANALISI VENDITE



## CALZEDONIA

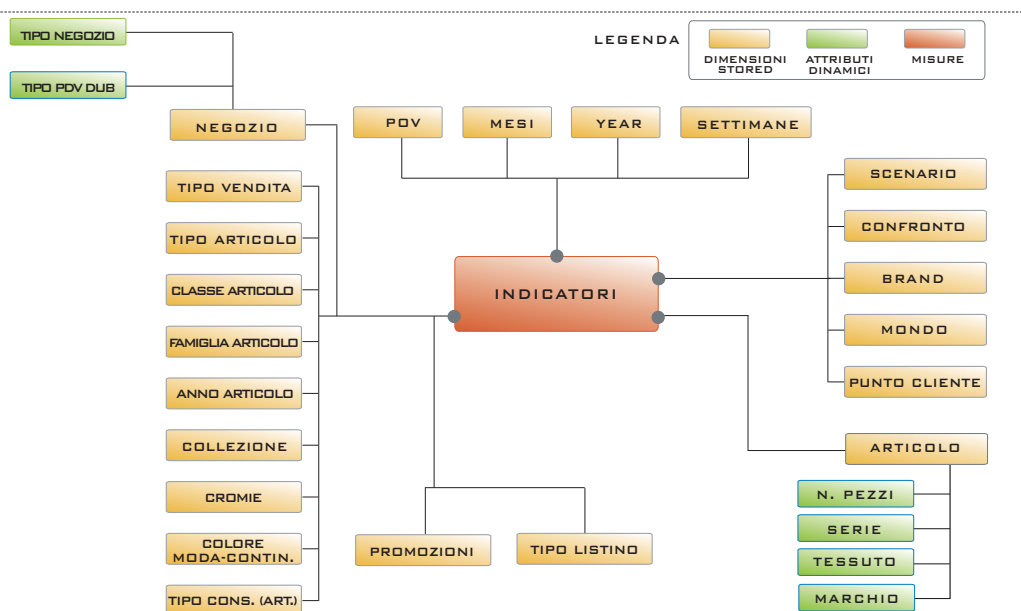
### Portale delle vendite

Calzedonia è una società in forte crescita con un fatturato di oltre 850 milioni Euro (2008). Commercializza tre distinti brand (Calzedonia, Intimissimi e Tezenis), gestiti come canali di vendita distinti. La distribuzione sul territorio è gestita attraverso un sistema decentrato di oltre 2500 punti vendita di proprietà o in franchising, in Italia e all'estero.

soluzioni Oracle|Hyperion, sono stati messi a disposizione:

- ambiente di sintesi basato su web per l'analisi del sell-in, sell-out, sell through delle vendite della rete;
- infrastruttura di data warehouse a supporto delle applicazioni

Il sistema è incentrato sui movimenti di merce che avvengono all'interno dei punti vendita. Tali movimenti non si limitano all'atto di vendita, ma si estendono alla gestione dei magazzini dei punti vendita, delle movimentazioni della merce in ingres-



Per supportare il forte ritmo di sviluppo delle vendite, la Direzione Commerciale aveva l'esigenza di:

- analizzare le performance dei punti vendita e la dinamica dei movimenti di magazzino con frequenza giornaliera, elevato livello di dettaglio, estrema semplicità di utilizzo;
- supportare il management nelle decisioni strategiche e facilitare l'operato della rete;
- condividere una visione comune dei principali indicatori di performance eliminando report personali non standard e non certificati.

Nell'ambito del progetto Portale delle Vendite realizzato con il supporto di Iconconsulting e delle

so (es. dal magazzino centrale, da altri punti vendita) e delle movimentazioni in uscita (es. cessioni gratuite, trasferimento tra negozi). Di fatto, i movimenti per vendita costituiscono il focus dell'analisi e si dettagliano per prodotti (articolo, colore, taglia), periodi temporali definiti secondo logiche commerciali, singoli punti vendita o aggregazione di più punti vendita a livello di mercato e per numerosi altri livelli di analisi.

Il grande numero di punti vendita e di transazioni, nonché la numerosità delle dimensioni di analisi, hanno richiesto un'attenta progettazione dell'ambiente per ottenere che la navigazione dei dati

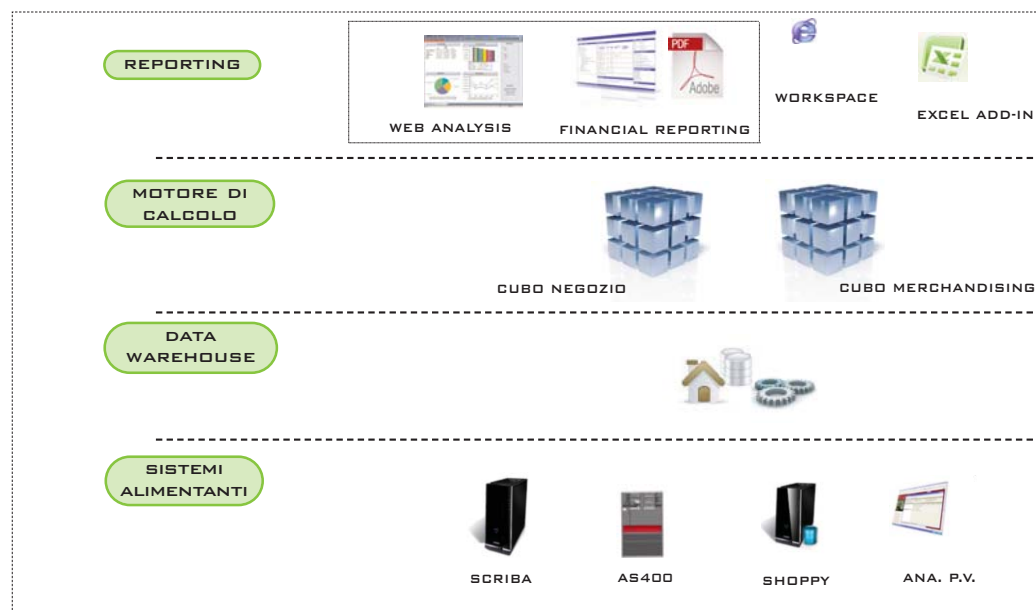
rimanga agevole. Il data warehouse sviluppato a supporto delle applicazioni di BI gestisce una mole di 1,5 terabyte di dati, si alimenta con 1 milione di record al giorno, sfruttando le migliori funzionalità offerte attualmente dagli ETL. Le applicazioni di BI mantengono in linea uno storico di 3 anni per i punti vendita di proprietà. Il data warehouse storicizza relazioni anagrafiche della struttura commerciale e informazioni anagrafiche del punto vendita e dell'articolo. Consente quindi l'analisi sia per viste attualizzate che per viste storiche.

Il portale web offre un unico punto di accesso a circa 600 utenti della sede centrale e della forza

prestazioni dei negozi, dei consulenti di zona e area e dei mercati. I principali indicatori utilizzati sono:

- Venduto e incassato a valore e volume
- Numero di scontrini
- Valore medio degli scontrini
- Numero medio di articoli per scontrino
- Traffic counter

Per agevolare l'analisi della rete dei negozi in forte sviluppo sono stati forniti confronti anno su anno a parità di punti vendita, includendo solo i negozi aperti nel periodo di analisi e di confronto. Per ogni indicatore è inoltre disponibile la media per punto vendita, che depura l'analisi dall'effetto dell'incres-



vendita per la consultazione di report realizzati con i diversi strumenti di BI. Gli utenti possono scegliere fra percorsi di navigazione a video, report pixel perfect adatti alla stampa e report di query reporting di elevato dettaglio che interrogano il data warehouse.

Gli strumenti di reporting e i modelli sviluppati permettono la manutenzione e la creazione di nuovi report con un impatto limitato sui sistemi informativi e concedono autonomia nello sviluppo agli utenti più evoluti.

Il **Cubo Negozio** rappresenta la prima parte della struttura della Business Intelligence denominata Portale delle Vendite. Si focalizza sulla analisi delle

mento della catena.

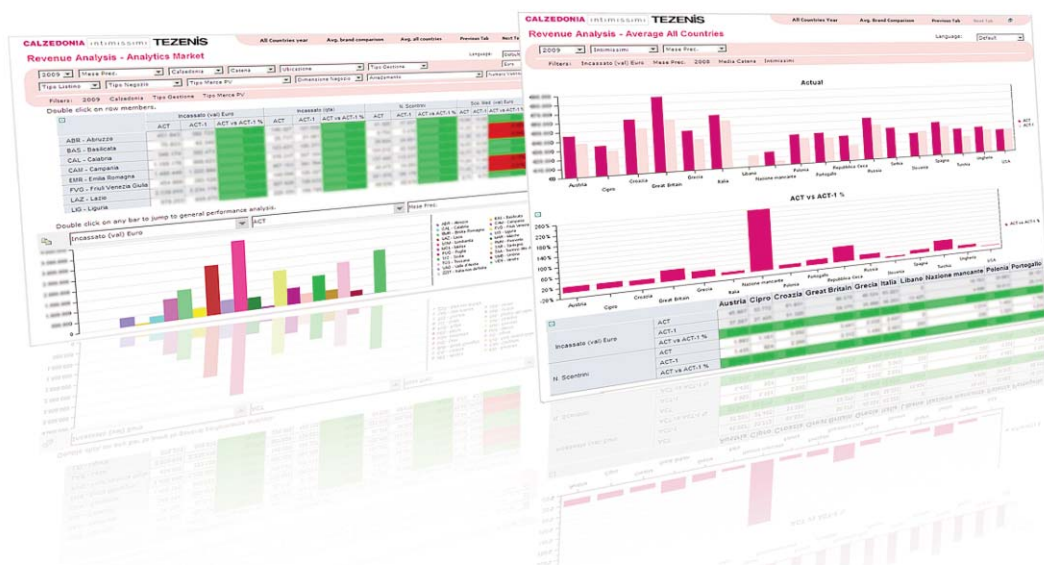
Le medie per punto vendita si ottengono sulla base dei giorni lavorativi, escludendo le festività e i periodi di chiusura, la confrontabilità anno su anno dei negozi si ottiene su base settimanale.

Il **Cubo Merchandising** permette l'analisi per prodotto di un'ampia serie di attributi. I principali sono:

- Collezione Articolo
- Collezione SKU
- Famiglia
- Articolo
- Colore
- Tipologia di consumatore di destinazione

- Serie
- Tessuto
- standard produttivi da parte dei direttori dei reparti;

I **prossimi sviluppi** riguarderanno la creazione di un modello di analisi sulle giacenze giornaliere dei negozi, gli ordini di produzione e la disponibilità di magazzino.



## Benefici della soluzione

- Certificazione, centralizzazione e storicizzazione dei dati con la possibilità di determinare lo stato di aggiornamento dei dati (invii dai negozi).
- Alte performance sulle grandi moli di dati, con analisi per dettaglio giorno / articolo / punto vendita.
- Possibilità di monitorare con tempestività i trend di vendita, confrontati con il periodo d'inizio stagione o gli storici, analizzare periodi temporali particolari e mercati con eccezioni.
- Visione unica e condivisa degli indicatori di performance aziendali.