



SONY EUROPA

> CLIENTE: SONY EUROPA

> ESIGENZE: PIANIFICAZIONE E

CONTROLLO AREA COMMERCIALE

> SETTORE: MANIFATTURIERO

> SOLUZIONI: PIATTAFORMA DI
PERFORMANCE MANAGEMENT

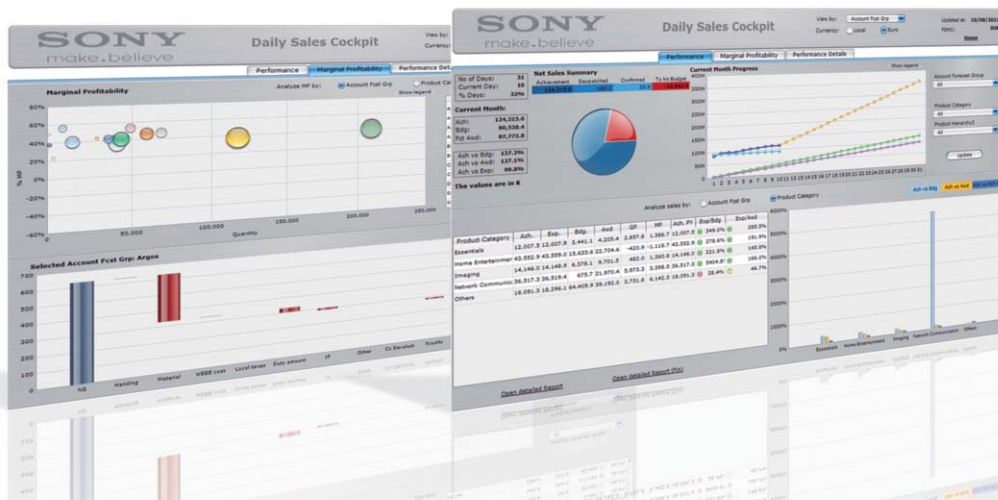
Sony Europa

Piattaforma di Business Intelligence per l'analisi delle vendite

Sin dal 1946, anno della fondazione, poche società hanno eguagliato Sony nell'inventiva, immaginazione e affidabilità. Durante questi anni Sony ha segnato diversi punti di svolta nello sviluppo della tecnologia applicata alla vita quotidiana. Oggi Sony rappresenta una delle maggiori multinazionali nei settori dell'elettro-

centralizzare e uniformare le esigenze analitiche delle varie sales company su tematiche quali, ad esempio, performance, local currency, aggregazioni custom, planning, forecasting, ecc.

Un'altra sfida importante è legata alle prestazioni dell'applicazione che, essendo utilizzata da un grande bacino di referenti di diverse sales com-



nica, della telefonia, dell'intrattenimento ecc.. e viene annoverata tra le prime 100 aziende al mondo per fatturato.

I dirigenti del Planning and Control e i responsabili dell'Information Systems di Sony Europe hanno manifestato l'esigenza di sviluppare una piattaforma analitica di Reporting, Cruscotti Direzionali, Analisi Multidimensionali e Analisi What-If per monitorare, controllare e pianificare l'area commerciale (a livello giornaliero) di tutte le sales company che operano nel territorio Europeo. La piattaforma ha l'obiettivo di

centralizzare e uniformare le esigenze analitiche delle varie sales company su una grandissima quantità di informazioni, deve rispondere in tempi accettabili alle interrogazioni analitiche.

Il progetto implementato da Sony con la collaborazione di Iconconsulting è stato realizzato usando la tecnologia SAP BusinessObjects. La soluzione ha dato particolare focus al design top-down dell'architettura logica usando il concetto di 'building block funzionali'. La soluzione è stata implementata usando la metodologia Iconconsulting BE-LEAN che deriva dalle best practice delle metodologie Agili. Questa ha

consentito rispettivamente: flessibilità in fase di analisi e maggiore facilità nell'ottenere le performance richieste.

Le vendite vengono oggi consultate con periodicità giornaliera. E' possibile ad esempio analizzare le performance delle sales company (net sales, marginal profitability, gross sales, ecc) rispetto all'Account Forecast Group, Channel Group, Categoria di Prodotti.

In più è possibile approfondire l'analisi scendendo tramite il drill-down e drill-through al livello di dettaglio di singolo cliente e/o prodotto.

- Marginal Profitability: Analisi del marginal profitability confrontandolo con la quantità dei prodotti venduti e le net sales.

- Performance Details: Analisi delle vendite nell'anno fiscale corrente mettendolo in confronto con quello precedente.

Per ciascuna delle tipologie di analisi precedenti è possibile chiamare direttamente dalla dashboard una serie di report di dettaglio (cliente e prodotto) per approfondire l'analisi in modalità drill-down.



I Cruscotti Direzionali hanno permesso al management aziendale di seguire un percorso di navigazione semplice e guidato attraverso diversi punti di monitoraggio (standard aziendali), come ad esempio:

- Executive Summary: riguarda la sintesi degli indicatori più importanti per il Top Management quali net sales, marginal profit, new customers, best e worst performance customers.
- Sales Performance: Analisi degli indicatori principali delle vendite, come per esempio, net sales, gross profit, marginal profit. La performance viene valutata rispetto al budget, forecast e potential.

Benefici della soluzione

- Controllo e monitoraggio completo dell'attività e dei risultati commerciali evidenziando i punti di maggior attenzione e permettendo l'eventuale approfondimento dei soli argomenti d'interesse.
- Accesso facilitato ed integrato, tramite singola interfaccia, ad informazioni di sintesi per il Top Management e di dettaglio per il Middle Management.
- Riduzione dei costi di implementazione, singolo cruscotto direzionale e report analitici localizzati per ciascuna sales company che opera nel territorio dell'Europa.
- Gestione integrate della security e della profilazione degli utenti.

