

MARAZZI

> CLIENTE: MARAZZI

> ESIGENZE: ANALISI DEI PROCESSI DI
VENDITA, AQUISTO E LOGISTICA

> SETTORE: MANIFATTURIERO

> SOLUZIONI: ENTERPRISE
DATAWAREHOUSE

GRUPPO MARAZZI

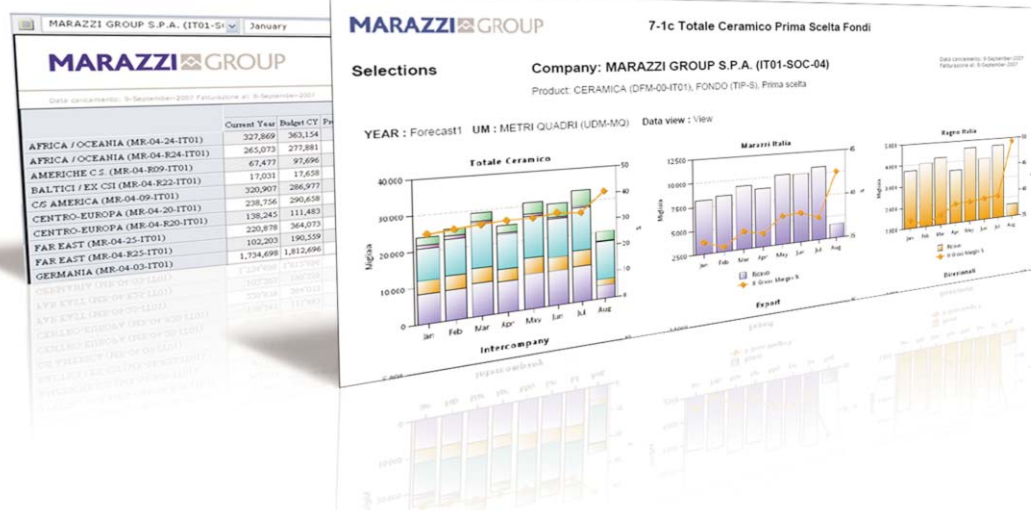
Sistema di analisi delle vendite, degli acquisti e della logistica

Marazzi Group è il leader mondiale nel design, produzione e commercializzazione di piastrelle ceramiche con una presenza crescente negli altri materiali da rivestimento e negli articoli sanitari.

Il Gruppo Marazzi, grazie al succedersi negli ultimi 40 anni di numerose acquisizioni di aziende italiane ed estere, accordi con partners locali ed aperture di nuove sedi e stabilimenti all'estero, è oggi una delle principali multinazionali industriali italiane con 19

gressivamente nelle diverse filiali all'estero, un sistema di Business Intelligence in grado di:

- supportare il controllo e l'analisi in particolare per quanto riguarda il processi di vendita e della logistica;
- rendere più rapido ed efficiente il processo di reporting;
- garantire una visione unica e condivisa degli indicatori chiave a livello centrale e locale;
- garantire un accesso semplice ad informazioni certificate, di sintesi e di dettaglio adeguate alle esigenze dei diversi utenti.



stabilimenti di produzione nel mondo (Italia, Francia, Spagna, Stati Uniti e Russia), oltre 6.000 addetti e un fatturato consolidato al 31 dicembre 2007 di 984 milioni di euro.

Sul mercato dal 1935, oggi Marazzi raggiunge, attraverso una capillare rete commerciale, 14.500 punti vendita in 130 paesi con prodotti e soluzioni che, integrandosi con l'arredo, definiscono lo stile di vita delle persone in casa e negli spazi collettivi.

La costante crescita nonché l'internazionalizzazione del Gruppo ha creato l'esigenza di migliorare l'infrastruttura e i processi informativi, mettendo a disposizione degli utenti, a livello centrale e pro-

Il progetto condotto da Marazzi in collaborazione con ICONSULTING ha visto lo sviluppo di un ambiente Data Warehouse dove potessero essere caricati i dati estratti dai sistemi gestionali al momento non omogenei. Questa fase permette la realizzazione di controlli, di aggregazione e trasformazioni al fine di orientare l'organizzazione dei dati ad un utilizzo più semplificato da parte degli utenti. A partire dal Data Warehouse sono state progressivamente sviluppate applicazioni di Business Intelligence per coprire le esigenze informative delle diverse aree aziendali, in particolare per analisi delle vendite, degli acquisti e della logistica. Le applicazioni vengono gradualmente estese alle filia-

li estere a cominciare da Francia e Spagna. Per quanto riguarda il processo di reporting sui dati consolidati si è puntato sulla centralizzazione della raccolta attraverso una procedura di inserimento guidata e contestualizzata alle diverse Business Unit. Sui dati raccolti e controllati vengono attivati processi di calcolo automatico per il consolidamento, il primo forecast e la conversione di misure e valute.

L'obiettivo del Gruppo è quello di ampliare gradualmente lo scopo del sistema per realizzare un ambiente integrato di Performance Management che copra il ciclo di pianificazione e controllo delle diverse aree.

Ovviamente la messa a disposizione di più informazio-

L'applicazione di analisi delle vendite nasce con la necessità di sostituire l'ambiente pre-esistente ampliandone i confini in modo consono alle nuove esigenze della Direzione Commerciale e Controllo di Gestione. Partendo dai dati del Data Warehouse sono stati affrontati gli elementi di complessità dell'ambiente:

- struttura commerciale complessa;
- relazioni molti a molti tra livelli gerarchici;
- necessità di aggiornare la visione dei dati;
- percentualizzazione dei dati delle vendite nel caso in cui sia coinvolto più di un agente;
- grande mole di dati, sia sulle anagrafiche che



ni a più utenti ha richiesto la definizione di una profilazione legata alla responsabilità. Inoltre l'esigenza di servire utenti con competenza e cultura informatica differente ha richiesto lo studio di diverse modalità di interrogazione dei dati. Così è stato messo a disposizione un ambiente di distribuzione delle informazioni unico e integrato ma differenziato per tipologia di destinatario / esigenze informative: reporting PDF, analisi multidimensionale, cruscotti direzionali. Sono stati realizzati numerosi book a disposizione del Controllo di Gestione per una reportistica mirata, con possibilità di navigazione libera per utenti esperti.

sui fatti:

- 4 società del gruppo;
- 40.000 articoli, 18.000 clienti;
- 3 anni di fatturato e costi;
- 1 anno di budget dettagliato a livello di cliente-articolo.

Data la numerosità in gioco, l'applicazione è stata realizzata con tecnologia ASO di ORACLE Hyperion, in modo da ottimizzare le dimensioni e i tempi di recupero dei dati. L'obiettivo raggiunto è stato quello di consentire agli utenti di interrogare

direttamente online molte più informazioni rispetto alla situazione pregressa, potendo selezionare rapidamente solo le informazioni utili e sviluppando percorsi di analisi.

Per quanto concerne le applicazioni riguardanti i magazzini e il processo logistico, l'obiettivo dell'area è tenere sotto controllo la situazione dello stock e pianificare scelte ottimizzate relative a tematiche quali:

- fabbisogno di manodopera rispetto ai carichi di lavoro e ai periodi di chiusure festivi e feriali;
- plant dove convenga effettuare determinate produzioni;
- assegnazione di priorità di consegna nel caso di

Vengono indagati a diversi livelli di dettaglio (es. società, centro di costo, magazzino, fornitore, stabilimento, articolo, tempo) importanti fenomeni quali:

- Effetto Prezzo;
- Effetto Quantità;
- Effetto Valuta;
- Effetto Mix.

Gli utenti possono analizzare le informazioni di loro interesse e realizzare confronti tra dati di actual, budget, forecast.



manca di materiale pronto sulla base di parametri quali il rispetto delle date di previsto ritiro della merce da parte dei clienti.

Il sistema consente l'analisi giornaliera degli indicatori fondamentali, con un processo di calcolo e distribuzione automatico che ha ridotto drasticamente i tempi di preparazione della reportistica eliminando pesanti processi manuali pre-esistenti.

Il progetto analisi acquisti è stato finalizzato all'analisi del flusso legato al ciclo passivo (fabbisogno, ordinato, entrato, fatturato, contabilizzato).

Benefici della soluzione

- Condivisione di dati e anagrafiche da un'unica fonte certificata per tutto il Gruppo.
- Integrazione e standardizzazione dei processi e delle applicazioni.
- Gestione delle procedure con un'elevata percentuale di automatizzazione, liberando così risorse per attività a più alto valore aggiunto (es. analisi dei dati, miglioramento dei processi, azioni correttive).
- L'utilizzo delle tecnologie OLAP ha consentito di uniformare la reportistica prodotta, offrendo maggior dettaglio, navigabilità e diffusione delle informazioni.