

## RETAIL: HOLDING DEI GIOCHI



### STATISTICHE:

DATABASE: ORACLE 9I  
 DIMENSIONE: 200 GB  
 # UTENTI: 70 WEB USER  
 AMBIENTE: INTRANET

### APPLICAZIONI:

SALES AND MARKETING ANALYSIS  
 INVENTORY MANAGEMENT  
 VENDOR ANALYSIS

**L'ESIGENZA ERA QUELLA DI DIFFONDERE L'INFORMAZIONE A LIVELLO AZIENDALE, SU UNA RETE DISTRIBUTIVA DI SIGNIFICATIVA DIMENSIONE E DI SVINCOLARLA, QUINDI, DALL'AMBITO DIPARTIMENTALE IN CUI SI ERA SVILUPPATA.**

#### La storia di Holding dei Giochi

Holding dei Giochi S.p.A. rappresenta la realizzazione di un progetto partito nel 1991/92 che ha sviluppato in Italia, nell'ambito del sistema distributivo al dettaglio, le superfici specializzate del giocattolo e della prima infanzia.

Le ragioni dello sviluppo di questo sistema distributivo sono riconducibili all'ampiezza dell'assortimento anche in periodi non natalizi, alla preponderanza del libero servizio sulla vendita assistita, alla maggiore competitività sul fronte dei prezzi, all'attivazione di processi di integrazione verticale che permettono di attivare parte degli approvvigionamenti direttamente sui mercati di produzione, consentendo così una maggior salvaguardia della marginalità.

Servivano pertanto negozi con caratteristiche particolari per ubicazione (strade di grande comunicazione, centri commerciali, ecc.), dimensioni (superfici di vendita da 1500 mq. ed oltre), lay-out (omogeneo, ampio, luminoso, colorato), assortimento ampio e profondo.

Sono partiti così i negozi ad insegna Toys Center che attualmente

sono circa 90, sparsi su tutto il territorio nazionale, con netta prevalenza nelle regioni settentrionali, con un fatturato annuo complessivo di circa 220 milioni di euro e con circa 900 dipendenti.

Artefice principale di questa realtà è Enrico Preziosi che da allora ha innescato e coordinato le varie fasi di realizzazione del progetto ed attualmente detiene attraverso la Società Capo Gruppo, Giochi Preziosi S.p.A., il controllo di Holding dei Giochi.

#### Il "dato" diventa il cardine del progetto di Business Intelligence

La Rete di vendita di Holding dei Giochi è nata per successive acquisizioni di negozi con configurazioni diverse che, di fatto, rappresentavano un ostacolo allo sviluppo di molti progetti; in particolare, i processi di analisi di cui disponeva erano basati su procedimenti batch e on-line (in misura limitata) sul sistema AS/400 centrale.

Le analisi statistiche che i sistemi erano in grado di produrre erano poco flessibili e limitate; avevano un basso grado di condivisibilità ed erano gestite manualmente (con la conseguente possibilità di

introduzione di errori).

Il Management di Holding dei Giochi aveva l'esigenza di accedere ai propri dati secondo una modalità che supportasse le proprie strategie con "informazioni"; per poter sfruttare appieno il valore dei dati che avevano a disposizione era necessario che questi fossero sempre significativi ed indispensabili, cioè esprimessero un'elevata qualità.

Tale obiettivo lo si è raggiunto con la realizzazione di un Sistema di Governance Marketing/Commerciale, all'interno del quale la qualità del dato costituisce l'elemento cardine dell'intero progetto.

E' stata data forte attenzione all'accuratezza del dato, alla completezza del dato (coinvolti l'intero comparto di informazioni rilevanti per l'azienda), alla consistenza del dato, all'univocità del dato.

Gli aggiornamenti significativi a livello transazionale vengono riprodotti immediatamente in termini di informazioni e resi disponibili con un livello di sicurezza appropriato (solo e soltanto coloro che sono preposti a trattare quel tipo di informazione vi possono avere accesso).

In ultima analisi, era quindi necessario diffondere l'informazione a livello aziendale, su una rete distributiva di significativa dimensione e svincolarla, quindi, dall'ambito dipartimentale in cui si era sviluppata. Nonostante, in questo contesto, fosse già usata e presente all'interno del Gruppo Preziosi un'applicazione di Business Intelligence sviluppata con un prodotto concorrente, Holding dei Giochi ha deciso di affidarsi a MicroStrategy, una piattaforma efficiente, performante, che garantisce al meglio la produzione, l'accesso e la distribuzione dei report.

La scelta di Holding è stata poi seguita da tutte le altre Società del Gruppo Preziosi divenendo uno standard nell'ambito dello sviluppo di applicazioni di Business Intelligence.

Holding dei Giochi ha risolto tale esigenza attraverso la realizzazione di un progetto di Business Intelligence strutturato in due fasi: la prima aveva come obiettivo la realizzazione di un Data Warehouse, nella seconda, grazie alla piattaforma di MicroStrategy 8, è stato possibile invece produrre i report mediante la frequenza necessaria e distribuirli anche a tutta la Rete dei Punti Vendita, secondo un'appropriato livello di sicurezza. Si è partiti inizialmente dall'analisi degli incassi perché era ciò di cui si sentiva un'estrema necessità e, successivamente, si è strutturata l'applicazione in molteplici ambiti analitici.

**Redditività delle vendite** – La reportistica di vendita attualmente implementata prevede i classici indicatori di fatturato montante (anno in corso/anno precedente) a livello giornaliero, mensile ed annuale rapportati alla dimensione geografica: area – punto vendita.

La direzione commerciale, oltre alla riorganizzazione della produzione delle statistiche precedentemente disponibili, ha ampliato il set di reportistica, introducendo nuove dimensioni di analisi proprie dell'asse temporale (fiscalità), del portafoglio prodotti opportunamente riclassificato (mondi merceologici), degli spazi espositivi, dei fenomeni (stagionalità, eventi, promozioni), della profilazione e format dei Punti Vendita .

**Analisi dello stock** – Sono state realizzate una serie di analisi in questo contesto di rilevanza fondamentale, al fine di prevenire problemi di rotture di stock per i punti vendita per prevenire il flusso di merce che dovrà transitare dai magazzini durante le stagionalità ritenute per eccellenza più complicate da gestire (periodo Natalizio).

Sempre in questo processo di analisi è stato possibile controllare i

fondamentali parametri finanziari legati alla rotazione dello stock, al fine di governare l'effettivo grado di autofinanziamento di cui l'intera struttura è capace.

**Analisi fornitori** – Le analisi di questo comparto hanno lo scopo di monitorare parametri di performance dei fornitori di Holding dei Giochi ed al tempo stesso di conoscere nel dettaglio la distribuzione delle vendite, secondo una classificazione del fornitore stesso, strettamente legata alle strategie di sviluppo del Business di Holding dei Giochi.

**Qualità del venduto** – Tale processo ha lo scopo di monitorare parametri di incidenza, relativi alla qualità del venduto di Holding dei Giochi. Viene fornito uno strumento immediato di produzione di classifiche (migliori / peggiori) secondo varie logiche, di verifica e controllo dell'incidenza dei prodotti continuativi, stagionali e promozionali sul totale, dell'incidenza del nuovo rispetto al set di prodotti trattati per dimensione geografica e dell'incidenza di referenze obsolete e non più rifornibili sulle vendite totali.