

RETAIL: GRUPPO PAM



“I REPORT CARTACEI DIVENTANO SUBITO OBSOLETI E NON CREANO COMPRESIBILITÀ IMMEDIATA PER TUTTI: L’INTENTO ERA DI AVERE DELLE ANALISI TRASVERSALI ALLE VARIE AREE DI BUSINESS E REPORT STRUTTURATI DAGLI STESSI UTENTI”

L'azienda

L'antica impronta commerciale della Serenissima si ritrova nella nascita del Gruppo PAM, un'idea nuova nello sviluppo della grande distribuzione. Nel 1958, con l'apertura del primo punto di vendita, il concetto di supermercato si trasforma in una realtà quotidiana. Negli anni a seguire il Gruppo ha sviluppato differenti formati per servire diversi segmenti di mercato: accanto ai primi supermercati nascono soft discount, ipermercati, hard discount e una catena di ristoranti. Distribuiti tra Nord e Centro Italia, i negozi oggi sono presenti con insegne distinte: Supermercati PAM e Superal, Panorama, Metà Supernegozi, In's Mercato, Brek Ristoranti, gestite da cinque aziende indipendenti, specializzate per tipologia di negozio; la capogruppo, Gruppo PAM, coordina per ciascun canale le attività di acquisto e di distribuzione (esclusi hard discount e ristorazione), di amministrazione e controllo, di consulenza legale, di sviluppo del management e dei sistemi informativi. Attualmente il Gruppo conta oltre 11.000 dipendenti, oltre 550 negozi, di cui circa 380 a gestione diretta, e un fatturato globale

che nel 2006 ha superato i 2.650.000 k euro.

Gruppo PAM è inoltre presente nel settore del retail aeroportuale con la società The Nuance Group con circa 330 negozi in 58 aeroporti, distribuiti in 17 paesi di 4 continenti.

La Soluzione

Nell'ambiente centrale si è visto l'inserimento di un primo ambiente Open dedicato al sistema di Data Warehousing (Teradata); questo stesso ambiente ospita oggi anche un sistema di CRM volto all'analisi delle vendite, alla clusterizzazione dei clienti fidelizzati e alla gestione di iniziative promozionali mirate. L'incontro con il tema dei Decision Support System è avvenuto nel 1996; le applicazioni nascevano dalle richieste di pochi utenti di alto livello e la scelta cadde su Softquattro quale partner e MicroStrategy quale ambiente tecnologico di Information Delivery.



STATISTICHE:

DATABASE: TERADATA

DIMENSIONE: 650 GB

UTENTI: 200

AMBIENTE: INTRANET

APPLICAZIONI:

CONTROLLO DIREZIONALE

CONTROLLO DI GESTIONE (VENDITE, ACQUISTI,
LOGISTICA E FRANCHISING)

CONTROLLO COMMERCIALE E REPORTING CRM

Successivamente, nacque l'esigenza di implementare un progetto di Data Warehousing a supporto del Controllo di Gestione e del Controllo Commerciale. Obiettivo del progetto, sviluppato in collaborazione con Teradata e iniziato alla fine del 1999, era quello " *... di costruire una base dati unica e facilmente condivisibile, di integrare e sostituire i precedenti sistemi di reportistica specifici delle singole funzioni aziendali e di rendere più autonomo l'utente nell'accesso ai dati, dandogli la possibilità di richiedere in autonomia nuovi report*", afferma Pierangelo Tripoli, Direttore Sistemi Informativi di Gruppo PAM.

Le aree oggi coperte sono quelle del Controllo Direzionale, del Controllo di Gestione (Vendite, Acquisti, Logistica e Franchising), del Controllo Commerciale e del Reporting CRM.

Il data base, sempre su Teradata, si attesta oggi sui 650 GB.

Le dimensioni di analisi riguardano la struttura merceologica, fino al dettaglio del singolo articolo, la struttura organizzativa/geografica (per insegna, per area, per tipologia ecc.), la dimensione temporale (fino al dettaglio giornaliero) e la struttura del conto economico, dai report aggregati fino alle voci del singolo conto. Le informazioni sono condivise, in architettura web, da circa 200 utenti, di sede e periferici. La scelta, precisa Tripoli, risiede nel fatto che " *I report cartacei diventano subito obsoleti e non creano comprensibilità immediata per tutti: l'intento era di avere delle analisi trasversali alle varie aree di business e report strutturati dagli stessi utenti*".

Uno degli elementi di successo del progetto è stata la composizione del gruppo di lavoro, che ha da subito coinvolto, oltre ai tecnici, gli utenti finali: insieme hanno definito le linee guida del nuovo sistema; quelli tra loro più evoluti hanno contribuito alla realizzazione di parte della reportistica e oggi utilizzano le applicazioni standard, continuando a svilupparne di nuove in completa autonomia.

La tipologia diversificata degli utilizzatori (dai capi reparto agli operatori commerciali di sede, dai responsabili di funzione ai responsabili di direzione, dal top management alla stessa proprietà), ha reso poi necessario definire un programma di formazione personalizzato per le diverse categorie, anche per evitare il rischio di non ottimizzare le funzionalità offerte dalle nuove applicazioni.