

## RETAIL: RHIAG



### STATISTICHE:

DATABASE: SQL SERVER

DIMENSIONE: 30 GB

NUMERO UTENTI: 25

SISTEMA OPERATIVO: MICROSOFT WINDOWS

AMBIENTE: WEB

### APPLICAZIONI:

ANALISI VENDITE

ANALISI MARKETING

DASHBOARD DIREZIONALE

**“CON LA BI DI MICROSTRATEGY A FARE DA COLLANTE TRA I DIVERSI ANELLI DELLA FILIERA, RIUSCIAMO A SUPPORTARE NON SOLO LE VENDITE MA ANCHE IL MARKETING. QUESTO CI CONSENTE DI SVILUPPARE IL BUSINESS E DI COMBATTERE, GIORNO PER GIORNO, PER MANTENERE LA NOSTRA POSIZIONE DI LEADERSHIP”.**  
**— STEFANO CORRADI, RESPONSABILE DELLE APPLICAZIONI SOFTWARE DI ILOG, SOCIETÀ DEL GRUPPO RHIAG**

#### L'azienda

Rhiag distribuisce, su tutto il territorio nazionale, ricambi di automobili e veicoli industriali. I clienti di Rhiag sono i negozi di autoricambi, che a loro volta riforniscono le officine indipendenti, quelle cioè non legate a un produttore automobilistico.

*“Per certi versi i nostri principali concorrenti sono proprio le case automobilistiche”,* spiega Stefano Corradi, responsabile delle applicazioni software di Ilog, società del gruppo Rhiag che fornisce informatica e servizi Logistici, *“perché il nostro business è quello di fornire ricambi di qualità originale, cioè equivalenti a quelli marchiati”.*

I ricambi equivalenti costituiscono un vero e proprio mercato, regolamentato da apposite normative; devono cioè soddisfare precisi requisiti tecnici per far sì, tra le altre cose, che utilizzandoli la garanzia del costruttore non decada. Tanto per fare un

esempio, Rhiag distribuisce i dischi freno della Brembo, che è anche il fornitore di case automobilistiche come Fiat. Le parti che Rhiag propone sono quindi gli stessi componenti originali usati per il primo impianto o prodotti realizzati con i medesimi standard tecnologici.

#### La soluzione

Rhiag si era già dotata qualche anno fa di uno strumento di BI; un anno e mezzo fa, però, al momento di passare alla nuova versione del software, si era resa conto che la migrazione non sarebbe stata indolore e aveva quindi deciso di guardarsi attorno esaminando altre soluzioni. Dopo una rapida software selection la scelta era ricaduta su MicroStrategy.

*“Abbiamo scelto MicroStrategy per diversi motivi”,* dice Corradi, *“dal punto di vista degli utenti per la semplicità d'uso e le performances; dal punto di vista tecnico per l'efficacia nella costru-*

zione dinamica di istruzioni Sql, per l'intuitività nella definizione dei metadati e per la semplicità di amministrazione (gli utenti usano solo la piattaforma web).

Abbiamo iniziato a lavorare con il nuovo sistema ripristinando le funzionalità disponibili in precedenza, in particolare il set di dati per la direzione commerciale, che ha la necessità di analizzare le vendite di Rhiag in tutte le sfumature possibili. Le dimensioni di analisi sono le più disparate: geografica, per rete vendita, per organizzazione interna, per prodotto. Quindi per prima cosa abbiamo realizzato il datamart delle vendite, puntando molto sulla riorganizzazione del database, il che ci ha permesso di ottenere performance molto migliori di prima".

La semplicità di MicroStrategy ha anche consentito a Rhiag di portare la BI fuori dall'ufficio commerciale: prima c'era una sola persona che realizzava i report e li distribuiva, oggi ci sono almeno una dozzina di utenti che utilizzano abitualmente MicroStrategy grazie alla semplicità e all'intuitività delle funzioni di progettazione di report *ad hoc*.

### Il progetto flotte e officine

Rhiag sta portando avanti in modo forte l'integrazione di tutta la filiera a valle, fornendo strumenti operativi di vario genere non solo ai propri clienti, ma anche ai clienti dei clienti, cioè le officine. In particolare, la società ha creato e sponsorizza una rete di officine in franchising: si tratta di 1.300 officine in tutta Italia, appartenenti alla catena 'a posto', che condividono logo, allestimenti dell'officina, colori per le tute dei meccanici, oltre che seguire le indicazioni strategiche di

Rhiag. Rhiag aiuta le officine a fare business attraverso operazioni di co-marketing, accordi quadro con grandi clienti, corsi di formazione, promozioni al consumatore e così via. Tra le operazioni centralizzate, ad esempio, Rhiag ha raggiunto un accordo con alcuni gestori di flotte auto per la manutenzione del loro parco auto.

In questo modo, la società sviluppa in ultima analisi anche il proprio business, perché buona parte dei ricambi che le officine acquistano dai ricambisti sono ricambi di qualità originale venduti da Rhiag.

"A questo punto ci si chiederà che cosa c'entra la BI in tutto questo", dice Corradi, "Innanzitutto, MicroStrategy ci ha permesso di studiare con precisione e profondità di analisi i dati provenienti dal software di gestione (Arianna) che diamo alle officine come supporto per le attività che gli procuriamo". I dati dei preventivi e di tutta la lavorazione vengono immagazzinati da Arianna in un database Sql Server e oggi sono fonte di informazioni importanti: quali sono le officine che lavorano di più, quali i prodotti sostituiti più frequentemente, per quali autovetture e così via.

"Inoltre", prosegue Corradi, "la BI ha permesso di incrociare i dati provenienti dalle officine con quelli presenti nel sistema Rhiag di vendite ai ricambisti. La fusione di queste due fonti di informazioni in un unico data warehouse e la possibilità di analizzare i dati in profondità sono stati l'elemento vincente per la valutazione dell'andamento del progetto 'flotte' nell'ambito della rete 'a posto' "

Oltre che per una analisi consuntiva, i dati forniti da MicroStrategy sono utili al marketing per comprendere se la gamma di ricambi

fornita al mercato è in linea con le esigenze delle officine. E sugli stessi dati, ma con un diverso livello di sintesi, Rhiag ha sviluppato dashboard per la direzione che mostrino, in pochi grafici riassuntivi, l'andamento di alcuni indicatori fondamentali per il progetto 'flotte' come la copertura dei ricambi Rhiag rispetto al totale (cioè la quota Rhiag in ogni preventivo) per regione, tipo di vettura e così via. Le dashboard potranno poi essere distribuite via email in modo automatico con MicroStrategy Narrowcast Server.

"Il ruolo della BI è stato fondamentale", spiega Corradi, "abbiamo fuso in un unico database informazioni provenienti da due sistemi diversi. Il tutto partendo da zero e coinvolgendo tre livelli della filiera: noi, i ricambisti e le officine".

### Il futuro è nel portale

In prospettiva, Rhiag ha intenzione di portare i dati della BI sui portali aziendali, che sono realizzati con WebSphere Portal di IBM. È già attivo un portale per la rete vendita (che si evolverà in portale intranet per tutti i 450 dipendenti Rhiag) dove oggi gli agenti e i capiarea trovano notizie, promozioni in corso, listini, comunicazioni, e quant'altro di cui hanno bisogno per lavorare. Oggi usano il portale anche i Service Manager, cioè coloro che girano l'Italia divulgando presso le officine i servizi per la rete 'a posto'. "Mi piacerebbe che in un prossimo futuro" conclude Corradi, "grazie alle Portlet di MicroStrategy, i Service Manager avessero accesso a una parte dei dati aziendali, che potrebbero servire loro per documentare meglio alle officine i benefici che derivano dall'adesione ad alcuni servizi o progetti proposti da Rhiag".