

MANUFACTURING: UNOPIÙ



STATISTICHE:

DATABASE: ORACLE 10G

DIMENSIONE: 50 GIGABYTE

NUMERO DI UTENTI: 50

AMBIENTE: WEB E DESKTOP

SISTEMA OPERATIVO: WINDOWS

APPLICAZIONI:

VENDITE, MARKETING, CONTABILITÀ

“ABBIAMO SCELTO MICROSTRATEGY PERCHÉ, TRA TUTTI GLI STRUMENTI DI BI SUL MERCATO, È QUELLO PIÙ PERFORMANTE SULLA NOSTRA ARCHITETTURA HARDWARE; IN PARTICOLARE È SEMPLICE DA UTILIZZARE E FACILMENTE PERSONALIZZABILE”
ALESSANDRO MILANI, RESPONSABILE IT

Le radici

Nel 1978 due soci con la passione del giardino diedero vita quasi per gioco ad un progetto dal sapore utopistico: creare soluzioni per arredare gli spazi aperti come fossero parte integrante della casa. Con la stessa attenzione, con la stessa ricercatezza con lo stesso amore nasce Unopiù. Sono passati 30 anni e quella che era una piccola realtà artigiana è ora l'azienda leader in Europa per l'arredamento da esterni e non solo, con oltre 30 Esposizioni in Italia, Francia, Spagna, Germania, Austria e Olanda. Il Catalogo Unopiù, con oltre 2.000 articoli, propone la più ricca collezione al mondo del settore con ogni soluzione per decorare il giardino, la terrazza, la piscina e la veranda. I prodotti Unopiù, apprezzati da chi ammira il lato estetico delle cose, si sono ispirati da sempre alla tradizione italiana, francese, inglese e nord europea, cercando di farla rivivere, riattualizzandola seguendo antiche tecniche artigianali e utilizzando materiali sempre migliori e moderni.

Il passato

Il percorso di Unopiù verso la BI e in particolare verso MicroStrategy è iniziato circa cinque anni fa. L'esigenza che ha fatto da motore per la ricerca di una soluzione evoluta era il bisogno di un sistema di reportistica veloce e flessibile. Prima era il reparto IT a farsi carico dello sviluppo dei report, utilizzati da molte figure aziendali, in primis dall'amministratore delegato, e molti report erano costruiti direttamente a partire dai dati del sistema ERP, con grande spreco di risorse IT e con tempi non soddisfacenti per gli utenti.

Dopo un'accurata fase di software selection iniziata nel 2005 su tutti i software di BI in quel momento disponibili e conclusa nel 2006, la scelta è caduta su MicroStrategy.

“Sul fronte della Business Intelligence”, dice Alessandro Milani, responsabile IT di Unopiù, “abbiamo dovuto affrontare due grandi passaggi. Il primo, di carattere culturale, è stato quello di

convincere gli utenti, a tutti i livelli, ad adottare un sistema nuovo, per poter avere report e analisi più performanti e in tempi più brevi. Era un problema, perché gli utenti erano abituati bene: il reparto IT rispondeva comunque anche prima, seppur con grandi sforzi e con qualche ritardo, alle esigenze di tutti. Il secondo nodo era quello della scelta del software. In questo caso ci sono stati meno dubbi: MicroStrategy si è dimostrato quello più adatto alla nostra architettura IT, che prevede una gestione centralizzata ma utenti distribuiti”.

Il presente

Dopo un periodo di sviluppo relativamente breve, il sistema di BI MicroStrategy copre già il 75% delle esigenze di reporting del reparto vendite, una buona parte delle esigenze del marketing ed esegue anche una serie di analisi ascrivibili alla contabilità, come il fatturato e la scontistica, che sono però preziose anche per la gestione del business.

“Dopo un anno dall’introduzione di MicroStrategy”, dice Alessandro Milani, responsabile IT di Unopiù, “i risultati sono decisamente positivi; i tempi di sviluppo di nuovi report, ad esempio, sono più che dimezzati rispetto al passato: per un report che prima richiedeva almeno cinque giorni di sviluppo oggi sono necessari al massimo due giorni. I criteri che hanno portato alla scelta del software sono stati confermati sul campo: MicroStrategy è facile da usare e anche da personalizzare, e la gestione centralizzata richiede risorse IT inferiori rispetto ai prodotti concorrenti (il reparto IT di Unopiù è particolarmente “snello”, solo 6 persone di cui 3 dedicate alla BI).

Inoltre, anche il rapporto qualità/prezzo del software ha giocato un ruolo fondamentale: il costo di partenza è infatti più basso della media, e questo ci ha permesso di far accettare meglio l’investimento da parte del management. Infine, la velocità di sviluppo: per noi è stato importante poter mostrare i primi risultati già dopo pochi mesi, in modo da superare la barriera culturale e psicologica che spesso pregiudica la partenza di molti sistemi di BI”.

Il percorso di Unopiù è stato in effetti quello di molte altre medie aziende italiane: all’inizio la reazione degli utenti è stata di prudenza se non di scarsa fiducia, soprattutto nei confronti della qualità dei dati. “Molti utenti”, spiega Milani, “hanno continuato a utilizzare anche i dati provenienti dal sistema ERP per verificare la bontà di quelli forniti dal software di BI”.

Oggi questa barriera è stata superata, e l’IT di Unopiù sta lavorando già al secondo passo: far capire a manager e responsabili commerciali il valore aggiunto di strumenti di consultazione tipici della BI e assenti nei fogli elettronici, come i filtri di visualizzazione o le funzioni di page-by. Anche l’utilizzo dei cruscotti aziendali viene promosso a piccoli passi, attraverso la creazione di indicatori di business impossibili da costruire con gli strumenti precedenti. “Cerchiamo di incuriosire gli utenti”, dice Milani, “in modo che il passaggio a funzionalità più evolute di BI come le dashboard avvenga in modo naturale. Due esempi pratici di analisi realizzate a questo scopo sono la redditività dei singoli cataloghi di vendita (il principale strumento di business di Unopiù), che prima poteva essere calcolata

solo una volta all’anno in fase di rendicontazione e che oggi è visibile settimanalmente grazie ai cruscotti, e la scontistica, i cui dati vengono inviati alle singole filiali attraverso il modulo Narrowcast e consentono ai responsabili commerciali di modificare strategie e tattiche in funzione dei risultati in tempo reale”.

Il futuro

Al momento, i maggiori utilizzatori della BI sono ancora gli specialisti del reparto IT, che confezionano i report e le dashboard visualizzati poi dagli utenti attraverso i client Web.

Ma nel prossimo futuro, grazie anche a un potente sforzo di marketing interno, le intenzioni sono quelle di dotare tutti gli utenti business della capacità di esplorare da soli le informazioni, confezionando le analisi ed effettuando il drill sui dati grazie alla potenza e alla facilità d’uso di MicroStrategy. Si tratta, insomma, di traghettare gli utenti da un atteggiamento passivo a uno attivo.

Sul fronte delle attività, al momento sono coperte le aree più importanti del business Unopiù, ma i piani a medio termine prevedono di mettere a disposizione gli strumenti di BI anche ai reparti logistica, acquisti, e ricerca e sviluppo, oltre al controllo di gestione.

“Contemporaneamente”, conclude Milani, “ci piacerebbe introdurre l’utilizzo delle funzioni grafiche, attraverso le quali è possibile sfruttare tutte le potenzialità della moderna BI, e inviare le informazioni ai dispositivi mobili come il BlackBerry, una funzionalità, quest’ultima, che stiamo già testando con successo”.