

L'AZIENDA - L'antica impronta commerciale della Serenissima si ritrova nella nascita del Gruppo PAM, un'idea imprenditoriale lungimirante nello sviluppo della grande distribuzione in Italia. 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. Oggi con circa 11.000 dipendenti e un fatturato di oltre 2.700 milioni di Euro Gruppo PAM è tra i protagonisti della distribuzione organizzata in Italia.

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



“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”

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 il Direttore Sistemi Informativi di Gruppo PAM.

sione 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 sempre il Direttore ICT, 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”**.

Analisi trasversali e report strutturati

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 Soft-quattro quale partner e MicroStrategy quale ambiente tecnologico di Information Delivery. Successivamente, nacque l'esigenza di implementare un progetto di Data Warehousing a supporto del Controllo di Gestione e del

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 dimen-

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.