

DATABASE LE ANALISI DI VENDITA DEL CONSORZIO CDA SOTTO LA LENTE DEL SOFTWARE

Microstrategy ad alta gradazione



Davide Mascaretti

di integrazione tra i sistemi eterogenei è stato sviluppato un modulo software direttamente nel gestionale delle aziende: «I dati estratti dalla fonte vengono trasferiti alla

Far dialogare una ventina di sistemi differenti in un consorzio indipendente che riunisce un centinaio di aziende distributrici di bevande: l'impresa non è semplice. Si tratta di società con una quota di mercato del 12% nel settore: per loro l'analisi delle vendite e delle attività di marketing è fondamentale.

Per raggiungere l'obiettivo il Cda (Consorzio distributori alimentari) ha realizzato un database consortile dove far affluire i codici prodotti, fornitori, punti vendita, provenienti dagli associati e da altre fonti.

Per aggirare l'ostacolo

sede del Cda per la codifica e la normalizzazione, con un processo semi automatico»,

spiega Davide Mascaretti, il manager di Cda. Dopo questa prima fase condotta da Seap, che ha disegnato oltre al gestionale centrale anche un programma di ricerca dei file nel server di raccolta, il consorzio ha adottato la piattaforma di

Microstrategy per sfruttare le informazioni attraverso funzioni di query e reporting. «Oggi possiamo fornire ai singoli una reportistica trimestrale per monitorare l'andamento delle vendite per area, segmentate per prodotti, canali, tipologia di bevanda e prezzo. Non solo, è possibile confrontarsi con la concorrenza in forma aggregata per avere un maggiore dettaglio sulle proprie



performance. Entro novembre, con moduli aggiuntivi di Microstrategy, potremo automatizzare l'invio dei report e incrementarne la periodicità. Inoltre, renderemo disponibili cruscotti interattivi e l'accesso via web al sistema per visualizzare direttamente le analisi», conclude Mascaretti.

M.B.