

COME GESTIRE E ANALIZZARE GROSSI VOLUMI DI DATI RISPETTO A INNUMEREVOLI DIMENSIONI

di GianLuca Giovannetti,
Direttore SI e Organizzazione Gruppo Amadori

L'ESIGENZA

Il sistema informativo attuale del Gruppo Amadori è incentrato sull'Erp Jde. Esso fornisce il supporto per la gestione dei processi transazionali presenti in azienda. Al sistema di sede è affiancato un sistema locale, utilizzato dalle filiali per la raccolta ordini degli oltre 300 Agenti del Canale Dettaglio. Il sistema attualmente utilizzato è Sm1 di Xtel, che gestisce anche la contrattualistica Gdo. Il reporting direzionale era prodotto attraverso un avanzato impiego di Microsoft Excel: una volta estratti da Jde, i dati erano importati sul data base Microsoft Access, dove erano elaborati per essere trasferiti su innumerevoli file Excel, in funzione dei destinatari. Pur facendo un uso avanzato di Excel, i limiti più evidenti di questo sistema di reporting erano: la laboriosità della preparazione dei report, la mancanza di un repository unico dei dati aziendali, l'impossibilità di modificare i report predefiniti e la staticità delle informazioni. Ogni nuova esigenza di analisi implicava la richiesta di nuove estrazioni e di nuovi report Excel, a discapito della tempestività.

GLI OBIETTIVI

La necessità di prendere decisioni sempre più tempestive per affrontare un mercato in continua evoluzione, insieme alle difficoltà e ai limiti degli strumenti di supporto, ha indotto il Gruppo Amadori ad una rivalorizzazione del patrimonio informativo aziendale e ad una riorganizzazione delle modalità di accesso, e quindi a rivedere i propri sistemi di reporting. La possibilità per il mana-

gement commerciale di navigare fra i dati aziendali al massimo livello di profondità permette di capire l'efficacia delle attività di marketing e di pricing; conoscere al meglio la propensione di acquisto dei propri clienti per captare le nuove opportunità e i cambiamenti della domanda; analizzare in modo semplice gli scostamenti tra dati consuntivi e preventivi; analizzare la marginalità e i prezzi di vendita; valutare le performance della propria forza vendita; condurre analisi temporali su dati aggregati a diversi livelli di dettaglio e prospettive differenziate. Per concretizzare tutto questo, la Direzione Sistemi Informativi e Organizzazione, in accordo con il Controllo di Gestione, nel 2004 ha definito un percorso di sviluppo che in pochi anni potesse condurre il Gruppo Amadori ad una piattaforma di Business Intelligence unificata, composta da un unico sistema di Enterprise Reporting e Analisi, basata su un Data Warehouse ed integrabile con un sistema di Planning e Budgeting.

LA SOLUZIONE

Identificate le esigenze, si trattava di individuare il partner a cui affidare la progettazione e la realizzazione della piattaforma di Business Intelligence: la scelta è caduta su Cineca, Consorzio Interuniversitario per il Calcolo Automatico. Le prime attività sono state lo studio di fattibilità e la "Software Selection", per valutare l'ampia gamma di strumenti di Business Intelligence, (Dbms, Etl, e Front-end Olap) presenti sul mercato, e comprendere quale fosse la migliore combinazione per gli obiettivi del progetto. Da que-

sto primo esame si è passati alla realizzazione di un prototipo basato sui dati aziendali, che ha permesso di evidenziare alcune criticità ed evitare potenziali rischi in fase di messa in produzione del sistema. Al termine dello studio di fattibilità, sul piano tecnologico la scelta è ricaduta sul Rdbms Oracle 10g, sull'Etl Ibm Data Stage per l'integrazione dei dati, e sulla piattaforma Micro-strategy

frequenza giornaliera, settimanale e mensile il reporting operativo e direzionale. Il data warehouse è aggiornato giornalmente. Ogni notte sono caricati i dati relativi agli ordini, alle spedizioni e al fatturato al massimo livello di dettaglio, ovvero la singola riga di documento. Progressivamente stanno migrando verso Microstrategy 8 tutti i report direzionali realizzati con Microsoft Excel, consen-

IL GRUPPO AMADORI

Il Gruppo Amadori è una delle principali aziende europee di produzione e commercializzazione di carni avicole (pollo e tacchino), con 20 stabilimenti industriali e oltre 5400 dipendenti. Fin dalla nascita, negli anni '30, il Gruppo Amadori si è distinto per la ricerca costante della qualità dei propri prodotti, attuando nel corso del tempo il controllo di ogni fase della produzione per garantire elevati standard di qualità. La struttura commerciale del Gruppo Amadori è organizzata per canali distributivi: GDO, Dettaglio, Ho.Re.Ca., Ingrosso ed Export. È presente una direzione Marketing che, in sintonia con la Direzione Commerciale, si occupa di definire le migliori strategie di prezzo e promozione.

sto primo esame si è passati alla realizzazione di un prototipo basato sui dati aziendali, che ha permesso di evidenziare alcune criticità ed evitare potenziali rischi in fase di messa in produzione del sistema. Al termine dello studio di fattibilità, sul piano tecnologico la scelta è ricaduta sul Rdbms Oracle 10g, sull'Etl Ibm Data Stage per l'integrazione dei dati, e sulla piattaforma Micro-strategy

tendo benefici in termini di tempestività, profondità e certezza dell'informazione, liberando nel contempo il personale del Controllo di Gestione dal gravoso compito di predisposizione dei dati. Grazie a Microstrategy 8, è ora possibile analizzare i dati sotto innumerevoli dimensioni, fino ad arrivare al massimo livello di dettaglio rappresentato dalla righe di documento. Le prime aree ad avvalersi del sistema di analisi delle vendite sono state i Sistemi Informativi, il Controllo di Gestione, il Marketing e i Canali Commerciali. In particolare la Direzione Marketing ha trovato un immediato beneficio dalla nuova piattaforma, potendo avere rapido accesso ad informazioni sulle promozioni e sulla marginalità.

I CONTENUTI

La piattaforma di Business Intelligence copre oggi le esigenze dell'area commerciale, fornendo con

www.amadori.it