



4GH, tra le prime catene europee nella distribuzione specialistica di telefonia, con una rete di oltre 300 negozi sull'intero territorio nazionale, sceglie E3 come soluzione a 360° ed attiva in "tempi record" la soluzione di Datamart e Budget Commerciale

Obiettivo

L'Azienda ha attraversato una fase di intenso sviluppo della propria rete distributiva, accompagnato da una delicata fusione societaria.

In questo contesto si inserisce la soluzione di Datawarehouse e Budget Commerciale di Bis Retail, tesa a supportare i processi di innovazione e razionalizzazione commerciale.

Le Motivazioni della Scelta

4G Holding sceglie Explorer (E3) in quanto:

- la soluzione software è proposta con un **database già preconfigurato**, di facile parametrizzazione
- il software è supportato da consulenti che hanno una **profonda conoscenza del settore retail**
- oltre a ciò Bis Retail **supporta la piattaforma Oracle**, che è stata scelta come tecnologia portante per gli sviluppi del sistema informativo aziendale
- Bis Retail propone diverse **soluzioni applicative**, in grado di garantire la piena evoluzione della funzione di controllo di gestione nei prossimi anni
- La capacità di Bis Retail di **lavorare in team** con le risorse interne, fornendo formazione per acquisire conoscenza ed autonomia nella gestione dei processi

Risultati

Oggi, il database commerciale è già in produzione **dopo appena 2 mesi dall'avvio del progetto**:

- Performance delle Categorie Merceologiche, con il margine rettificato e la dinamica promozionale
- Processo di **Budget Vendite distribuito**
- Processo di **Budget Acquisti, in ottica Category**

Il tutto è stato implementato garantendo elevate prestazioni sia nella fase di aggiornamento sia in quella di consultazione del database.

Particolare attenzione è stata posta al processo di budget, che si è focalizzato sull'integrazione dei processi di acquisto e vendita.

Gianluca Di Venanzo, general manager di 4GH, afferma:

*"Prima dell'introduzione di E3, il budget delle vendite veniva sviluppato separatamente dal budget della funzione acquisti. Con l'introduzione di E3, è stato possibile sviluppare due **processi integrati, collaborativi** ed armonizzati con i processi di gestione degli obiettivi di vendita e commerciali. Contiamo di **migliorare sensibilmente la capacità incentivante del budget** sulle azioni di vendita e commerciali."*



Il Processo di Budget Commerciale di 4GH, descritto in sintesi



In Dicembre 2006, è stata attivata la soluzione di Budget Commerciale presso il Gruppo 4G, tra le prime Catene Europee di Negozi di Telefonia Mobile, con più di 300 Punti Vendita su tutto il territorio nazionale, frutto di una recente fusione di società operanti nel settore.

La soluzione di Budget Commerciale si è focalizzata sull'integrazione tra le attività della Rete di Vendita, ampia e distribuita sul territorio, e quelle dell'Ufficio Acquisti che deve gestire in ottica di mix fornitori e di brand le categorie merceologiche e pianificare i volumi degli acquisti per il 2007.

Prima dell'introduzione di E3, il budget delle vendite veniva sviluppato separatamente dal budget della funzione acquisti, non avendo una visione integrata ed unitaria di quanto veniva pianificato dal lato della rete di vendita.

Con l'introduzione di E3, è stato possibile sviluppare due processi integrati e perfettamente armonizzati che si svolgono secondo i seguenti step:

- Budget delle Vendite:** si basa su trend interni di volume e prezzo, unitamente a trend di mercato e viene proposto dal sistema per negozio / settore merc. secondo regole codificate dall'Uff. di Controllo di Gestione; il budget così costruito viene distribuito agli area manager (suddiviso per i negozi di propria competenza); gli area manager possono apportare rettifiche e rinviare il budget aggiornato alla sede; integrato con la previsione delle nuove aperture, il budget vendite viene confermato nel sistema di datawarehouse E3;
- Budget degli Acquisti:** una volta confermato il budget annuo delle vendite, questo viene mensilizzato da sistema E3 sulla base dei pesi storici di vendita per mese/merceologia e suddiviso sul mix di brand (fornitore) per attivare il budget della funzione acquisti in ottica category; ogni buyer/category riceve per le proprie categorie la suddivisione proposta sulla base del mix fornitore relativo all'anno chiuso con il relativo margine ed il trend di mercato del fornitore stesso desunto da banche dati esterne; ogni buyer/category è quindi in grado di ragionare sul mix delle proprie categorie, riformulando il posizionamento dei singoli fornitori, sulla base di tre leve: la leva quota, ovvero il peso del fornitore nella categoria, la leva prezzo e la leva costo di acquisto. Una volta completato il budget di acquisto, viene consolidato nel sistema e produce la pianificazione acquisti e la struttura di categoria ipotizzata per il 2007; il tutto viene automaticamente, insieme al budget delle vendite, reso disponibile sul sistema di datawarehouse per il confronto con i dati di consuntivazione 2007.
- Gestione degli Obiettivi:** una volta completato il processo di budget, viene reso definitivo e produce gli obiettivi sia per le funzioni commerciali, in termini di mix e margine sia per le vendite fino al singolo negozio/addetto, dove gli obiettivi sono rappresentati da valori e quantità in pezzi di vendita a livello di mese/settimana e giorno.

Fondamentale per il successo del progetto è stato il supporto, oltre che dalla funzione IT, dei Controller di Gruppo, Lorella Bianchini e Filippo Pavesio, che hanno fornito contributo di metodologia, supporto e coordinamento con le funzioni interne.



Grafica del Processo di Budget Commerciale applicato in 4GH

