

ePRICE

ePrice - primo operatore italiano nell'e-Commerce con una grande competenza ed esperienza nella vendita di prodotti high-tech ed elettrodomestici, puntava a mettere sotto controllo la filiera commerciale, in termini di marginalità, stante la dinamicità delle condizioni di acquisto e vendita sul mercato on line.

Obiettivo

L'azienda esprimeva l'esigenza di attivare un sistema in grado di garantire:

- la distribuzione automatica e giornaliera agli utenti commerciali delle informazioni di marginalità per categoria e Sito di Vendita, con le caratterizzazioni tipiche della "vetrina di vendita" on line
- una elevata precisione nel calcolo del margine sulla vendita legando ogni consegna cliente allo specifico costo di acquisto, sfruttando il meccanismo di tracciabilità del prodotto
- una rappresentazione uniforme di vendita sia per i prodotti fisici sia per i prodotti "immateriali" (garanzie, abbonamenti, ecc.)
- il completamento della marginalità commerciale, con un primo livello di costi logistici legati al trasporto, stimando l'impatto degli stessi in funzione della caratteristica del prodotto e della modalità di distribuzione verso il consumatore

- l'isolamento, nella formazione del margine sulla vendita, dell'impatto degli sconti legati alle campagne promozionali on line, che sono di competenza del marketing e non rientrano nella sfera di influenza dei buyers.

Le Motivazioni della Scelta

Per raggiungere questi obiettivi, è stata adottata la soluzione di "Redditività Commerciale" della Suite E3, che ha consentito di:

- raccogliere su una base dati unica i dati di movimentazione merci attiva e passiva
- assimilare le vendite dei prodotti virtuali a quelle dei prodotti fisici, generando un movimento di acquisto e vendita, con caratterizzazione di marginalità
- completare l'anagrafica prodotti, attraverso una categorizzazione più attenta alle esigenze di segmentazione del mercato on line di "tecnologia"

ePRICE

ePrice - primo operatore italiano nell'e-Commerce con una grande competenza ed esperienza nella vendita di prodotti high-tech ed elettrodomestici, puntava a mettere sotto controllo la filiera commerciale, in termini di marginalità, stante la dinamicità delle condizioni di acquisto e vendita sul mercato on line.

Risultati

- calcolare il costo specifico per ogni vendita intercettando la condizione di costo sull'ordine fornitore, attraverso il ricevimento dell'articolo a cui si risale utilizzando l'etichetta che identifica univocamente il pezzo
- evidenziare i movimenti di "reverse logistics", come resi per recesso, rotture e riparazioni, che nel mercato hi-tech assumono una particolare rilevanza e rischiano di indebolire la struttura del conto economico aziendale e di categoria; in tal senso è stato svolto un lavoro di revisione e migliore suddivisione delle causali di movimentazione logistica con il personale addetto al magazzino
- introdurre, sia pure come stima, l'impatto dei costi di trasporto per pezzo venduto, in base a delle regole algoritmiche con riferimento a tariffe standard degli operatori logistici.

Attraverso la Suite E3, ePrice - che ha recentemente adottato SAP nell'ambito del processo di quotazione in borsa - ha centralizzato su un unico sistema di controllo tutti i dati degli ordini e della movimentazione di acquisto, stock e vendita per singola transazione con una visione a 4 anni.

Lo scopo è di monitorare l'andamento di fatturati, margini di categoria e l'anzianità dello stock, con invio automatico alle ore 06.00 di ogni mattina (sabato e domenica inclusi) di un set di report completi alle figure-chiave dell'area commerciale, ai controllers, agli analisti ed all'alta direzione.

Sono state realizzate visioni a diversi livelli, più dettagliate e segmentate per area di competenza per le funzioni operative e più sintetiche per il personale direzionale, con la logica del "Cruscotto Commerciale", che consente di avere in un unico folder book le principali informazioni necessarie per uno specifico ambito di lavoro.

Inoltre, con il portale web E3 BPM, è disponibile la navigazione dati per analisi ed approfondimenti specifici, tipicamente svolte dagli analisti marketing e dai controllers di processo.