

ELETTRODOMESTICI/  
BENI DI CONSUMO

## Miele Italia

**MIELE ITALIA** sceglie IBM Cognos e BRAIN FORCE per la business intelligence in ambito commerciale.

### Esigenze

- ▶ Supportare la direzione commerciale e marketing con dati e analisi di vendita
- ▶ Coordinare gli agenti sul territorio con informazioni su un unico portale aziendale

### Soluzione

- ▶ IBM - Cognos Business Intelligence

### Risultati

- ▶ Implementazione del tool di IBM Cognos è stata completata nei tempi previsti
- ▶ Utilizzo immediato grazie a un efficace training on the job

### Vantaggi

- ▶ Possibilità di misurare l'efficacia della rete di assistenza tecnica
- ▶ Controllo sui margini e sui canali più efficaci
- ▶ Analisi dei risultati commerciali su criteri quantitativi e qualitativi
- ▶ Possibilità di incrociare valori appartenenti a dipartimenti diversi per una visione più globale

### Le esigenze iniziali

Nel maggio 1998, dopo una prima analisi dei requisiti del cliente, è stato avviato un progetto pilota con lo scopo di valutare sia le modalità operative, sia gli strumenti di business intelligence e il loro impatto sugli utenti. L'esigenza primaria di Miele era quella di ottenere una serie di statistiche sui dati di vendita, integrando le informazioni fornite dal gestionale su AS/400, che consentisse a venditori e area manager di individuare in maniera semplice ed intuitiva eventuali criticità delle vendite rispetto a dati di budget, oltre ai valori di venduto consolidati nei periodi precedenti.

La realizzazione del progetto è stata affidata a BRAIN FORCE, partner storico di IBM in Italia e system integrator di grande esperienza.

### Il progetto

Allo scopo di consentire la generazione di statistiche di vendita è stato concepito un datawarehouse, alimentato con cadenza giornaliera con i dati provenienti dai diversi applicativi aziendali. Quindi, sfruttando la piattaforma IBM Cognos, sono stati creati diversi report preimpostati ed un cubo multidimensionale per le analisi interattive.

Una volta realizzata con successo la prima fase, durante la quale sono state organizzate diverse sessioni di training on the job, il progetto ha raggiunto una seconda fase che prevedeva la raccolta di tutti i report precedentemente sviluppati in un portale di accesso alle statistiche aziendali. Grazie alla funzione drill down è stato così possibile monitorare i dati di vendita (valore e quantità del venduto, dell'ordinato e del bollettato confrontati con periodi precedenti o dati di budget) dai "punti di vista" più strategici per gli utenti: tempo, territorio, organizzazione di vendita, linee di prodotto, e così via.

"Il Portale Miele così progettato è diventato il portale di accesso alle informazioni dell'azienda, grazie anche alla veste grafica intuitiva - spiega Alois Hofer, responsabile dei sistemi informativi della sede italiana di Miele. - Grazie a questa interfaccia l'utente può navigare all'interno dei report aziendali attraverso dei semplici click di mouse".

Grazie al successo della prima implementazione il progetto ha visto nuovi sviluppi, in particolare per fornire anche ai collaboratori commerciali



**Miele**®

distribuiti sul territorio uno strumento di analisi multidimensionale. Oggi i collaboratori "mobili" accedono localmente su un pc portatile ai dati di loro competenza, mantenuti aggiornati in pochi minuti con collegamenti periodici alla rete aziendale. Una volta terminato l'aggiornamento, sfruttando gli strumenti IBM Cognos è possibile effettuare le analisi in modalità off-line e stand alone.

### Le fasi successive

Con l'obiettivo di monitorare il livello di qualità offerto ai propri clienti si è pensato di coinvolgere attivamente la rete dei partner che erogano l'assistenza tecnica sui prodotti.

Una applicazione specifica è stata dedicata alla raccolta dei rapporti di intervento compilati dai tecnici, e i dati monitorati consentono oggi di avere un quadro preciso riguardo a tempi e costi di intervento, richieste in garanzia, componenti sostituiti e efficienza del centro assistenza.

"Grazie al prezioso supporto di BRAIN FORCE e alla semplicità della piattaforma IBM Cognos, tutte le fasi del progetto sono state completate con successo e nei tempi previsti.."

Alois Hofer, Responsabile S.I. di Miele Italia

“Il Portale Miele così progettato è diventato il portale di accesso alle informazioni dell’azienda, grazie anche alla veste grafica intuitiva. Grazie a questa interfaccia l’utente può navigare all’interno dei report aziendali attraverso dei semplici click di mouse...”

Alois Hofer, Responsabile S.I.  
di Miele Italia



## BRAIN FORCE S.p.A.

BRAIN FORCE S.p.A. fa parte del gruppo BRAIN FORCE HOLDING AG, multinazionale europea di software e servizi, presente in 7 paesi e quotata alla borsa di Vienna.

BRAIN FORCE S.p.A. opera in Italia dal 1986 come società di consulenza IT focalizzata sull’Ottimizzazione dell’Infrastruttura e dei processi del Sistema Informativo.

Chiude a Settembre l’anno fiscale 2010 con un fatturato di 22 Milioni di euro ed uno staff di circa 250 persone. Ha sede legale e operativa a Milano (Cologno Monzese) ed è presente sul territorio con filiali a Roma e Padova (Sarmeola di Rubano) e Gallarate.

Annovera tra i propri Clienti alcune delle principali aziende italiane sia nel mercato delle grandi imprese che delle piccole e medie imprese.

Ciò ha permesso di evidenziare eventuali criticità ma, soprattutto, ha consentito di incentivare gli operatori secondo criteri meritocratici e in ultima analisi di aumentare la soddisfazione del cliente.

Un altro fronte di sviluppo riguarda la funzione di controlling: l’accesso ai dati di conto economico permette oggi di misurare il contributo sulle vendite per singolo prodotto o per catena di vendita, e di calcolare i margini. La direzione vendite e il trade marketing possono quindi analizzare le performance del canale distributivo e i gruppi di acquisto, ottenendo importanti indicazioni sull’esito di campagne e promozioni, così come i parametri di base per la discussione di contratti e condizioni con le terze parti: in una parola, l’analisi qualitativa delle vendite.

“Abbiamo realizzato un unico ambiente di datawarehousing integrato ove confluiscono i dati dai diversi sistemi applicativi. Grazie a IBM Cognos essi vengono aggregati e messi a disposizione in modo trasparente, rendendo fruibili informazioni che prima non erano disponibili e che permettono di analizzare il business sia dal punto di vista quantitativo, sia qualitativo. Inoltre, il valore dei dati in nostro possesso aumenta sensibilmente grazie alla possibilità di incrociare

valori appartenenti a mondi completamente differenti, come ad esempio i dati di vendita con l’assistenza tecnica.

Grazie al prezioso supporto di BRAIN FORCE e alla semplicità della piattaforma IBM Cognos, tutte le fasi del progetto sono state completate con successo e nei tempi previsti. Il sistema, oltre ad assicurarci un ROI molto elevato, ci ha permesso di raggiungere tutti i nostri obiettivi in termini di analisi, reporting e misurazione delle performance.”

## Sviluppi futuri

Per il futuro, l’obiettivo di Miele è quello di proseguire sulla strada della qualità. L’incrocio con dati forniti da associazioni di categoria e società di analisi e ricerche di mercato fornirà importanti indicazioni sulle aree di miglioramento relative ai vari processi. Il supporto al trade e la creazione di nuove opportunità è atteso dall’analisi della copertura del territorio e dall’ottimizzazione dell’esposizione e del posizionamento all’interno dei punti vendita. Sul fronte tecnologico invece è previsto l’accoppiamento con il sistema SAP in fase di installazione, operazione facilitata dalla certificazione di Cognos sull’intera piattaforma



## Miele Italia

Miele è un’azienda tedesca che da più di 100 anni produce e commercializza elettrodomestici e apparecchiature per l’impiego professionale. E’ un’azienda ad impronta familiare, nonostante le imponenti dimensioni: più di 15.000 collaboratori di cui oltre 10.000 in Germania, 40 filiali in altrettanti paesi e numerosi importatori che rappresentano il marchio in tutto il mondo, per un fatturato vicino ai 3 miliardi di Euro.

La filosofia aziendale è ben espressa dal pay-off che accompagna da sempre il marchio: “sempre meglio”. La qualità e la tecnologia sono infatti di primaria importanza nello studio dei prodotti, come dimostra il fatto che ogni anno il 7% del fatturato viene investito in Ricerca & Sviluppo. Fedele a questa filosofia, Miele produce da sempre apparecchiature di proverbiale ed incontestata qualità. La gamma di prodotti Miele è vasta e comprende lavatrici asciugabiancheria, stiratrici per impiego domestico, lavastoviglie, apparecchi da incasso, forni a microonde, aspirapolvere e apparecchi industriali per l’impiego professionale. La produzione avviene prevalentemente in Germania, in otto stabilimenti, ai quali si aggiungono uno stabilimento in Austria, uno in Repubblica Ceca e uno in Cina. Tutti i prodotti sono inoltre studiati e costruiti con una particolare attenzione all’ambiente, prestando la massima attenzione anche nei confronti dei consumi, per ridurre al minimo l’impatto ambientale.

