

Budżetowanie i planowanie w dystrybucji spożywczej

Case Study MARTINI BACARDI



Cele

- Sprawne, spójne i pełne raportowanie do centrali korporacji.
- Uzyskanie zdolności szybkiego reagowania na sytuacje rynkowe.

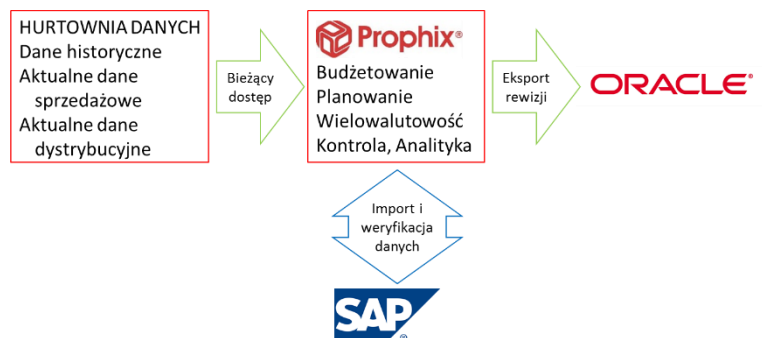
Specyficzne problemy

- Rozproszone dane w wielu, złożonych arkuszach kalkulacyjnych.
- Wielowalutowość rozliczeń - złotówki, dolary „bieżące”, dolary „budżetowe”.
- Złożoność oferty - marki, submarki, różne smaki, różne jednostki pojemności (system metryczny/sześcienny).
- Różne okresy rozliczeniowe (korporacyjne, europejskie, krajowe).
- Integracja z systemami korporacyjnymi - SAP i ORACLE.

Rozwiązanie

Centralna hurtownia danych

- Import i integracja danych ze wszystkich działów i oddziałów firmy
- Import i integracja danych historycznych
- Dostęp do bieżących danych finansowych, sprzedażowych i marketingowych



PROPHIX Budżetowanie i planowanie

- Opracowanie i wdrożenie modelu budżetu odzwierciedlającego wymagania korporacji i krajowe.
- Wprowadzenie jednego spójnego Rachunku Zysków i Strat
- Jednoczesne, automatyczne, wielowariantowe planowanie budżetowe i sprzedażowe uwzględniające różne waluty, okresy rozliczeniowe.
- Bieżąca integracja planów z danymi z SAP i automatyczne raportowanie do globalnego systemu raportowania korporacji opartego na rozwiązaniach ORACLE.
- Zwiększenie bezpieczeństwa planowania poprzez wdrożenie systemu uprawnień dostępu do danych.
- Włączenie nowych pracowników do planowania działań.
- Planowanie sprzedaży wg grup towarowych, regionów, sprzedawców.
- Wdrożenie systemu workflow wspierającego zarządzanie finansami.

Korzyści

Zarządczo-kontrolingowe

- Drastyczne skrócenie czasu planowania i przygotowania budżetów.
- Poprawa precyzji planowania poprzez włączenie nowych danych (historycznych i funkcjonalnych).
- Codzienna rewizja budżetu i realizacja potrzeb raportowania okresowego i a vista dla centrali i lokalnych.
- Automatyczna wielowalutowość wszelkich planów i budżetów.

Sprzedażowo-marketingowe

- Szybka analityka i raportowanie rynkowe.
- Precyzyjne planowanie sprzedaży i działań marketingowych.
- Przyspieszenie reagowania na zmiany sytuacji rynkowej.