



## KAMAL motywuje pracowników i zwiększa zyski dzięki Business Intelligence - TARGIT

**KAMAL – bydgoski producent kostki brukowej i wyrobów betonowych – nie spodziewał się tak szybkich efektów z implementacji systemu business intelligence TARGIT do wspomaganie zarządzania, analizowania i usprawniania swojej działalności handlowej.**

**Już w pierwszych tygodnia po uruchomieniu systemu zaobserwowano pozytywną rywalizację handlowców, mających bieżący podgląd wyników sprzedaży i uzyskiwanych zysków.**

**Terytorialne wizualizacje na mapach – np. asortymentu sprzedawanego różnym klientom – oraz szczegółowe analizy pozwoliły na podjęcie decyzji usprawniających działanie i pozwalających zracjonalizować koszty oraz zwiększyć efektywność finansową firmy.**

**Rozwiązanie zaimplementowali specjaliści z Solemis Group, polskiego przedstawiciela producenta oraz dystrybutora systemu TARGIT.**

Duński system TARGIT to narzędzie do wielowymiarowej analizy danych m.in. handlowych i marketingowych tworzonej na podstawie danych gromadzonych w różnych systemach informatycznych w firmie. System wspomaga efektywne zarządzanie firmą umożliwiając szybkie podejmowanie trafnych decyzji bazujących na wielowymiarowej analizie danych aktualizowanych na bieżąco.

KAMAL umacnia swoją pozycję rynkową zwiększając konkurencyjność rynkową poprzez usprawnianie zarządzania i racjonalizację działania – wdrożenie systemu TARGIT jest jednym z elementów tej strategii.

*„Wdrożenie systemu TARGIT umożliwiło nam bardzo precyzyjne analizowanie sprzedaży w bardzo wielu przekrojach, łącznie z terytorialną wizualizacją na mapach” - mówi Adam Glaziński, dyrektor finansowy w KAMAL Sp. z o.o. „Dzięki systemowi TARGIT usprawniliśmy system wynagradzania pracowników, który znakomicie wpłynął na wyniki sprzedaży oraz pozytywną motywację pracowników. Precyzyjniej i szybciej analizujemy również opłacalność poszczególnych działań i możemy koncentrować się na najważniejszych. Po czterech miesiącach eksploatacji systemu mogę śmiało powiedzieć, że inwestycja była opłacalna i już się nam zwróciła.”*

**Jakość potwierdzona przez Lloyd's Register Quality Assurance**

KAMAL to znany od 1989 roku producent kostki brukowej i szerokiej gamy elementów betonowych. Centrala firmy mieści się w Bydgoszczy, a oddziały i zakłady produkcyjne w Pakości, Krojantach, Rypinie oraz Barczewie koło Olsztyna. W ofercie firmy są także:

różnego rodzaju kostki brukowe i betonowe, krawężniki i obrzeża, płyty

ściekowe, elementy ścian dźwiękowych i tzw. elementy małej architektury.

Od początku działania najważniejsza jest dla KAMALU najwyższa jakość, stąd „oczekiem w głowie” dyrektora jest laboratorium jakości. Wyposażone jest ono w najnowsze urządzenia do badania jakości zarówno surowców jak i gotowych wyrobów. W firmie funkcjonuje system zarządzania jakością zgodny z ISO 9001:2000 potwierdzony Zatwierdzenia z Lloyd's Register Quality Assurance Limited.

KAMAL jest również wielokrotnym zdobywcą wielu branżowych wyróżnień m.in. „Coral Biznesu” czy „Diamenty Forbesa”.

### Potrzeby biznesowe

Dynamiczny rozwój firmy – stale rosnąca gama wyrobów i rosnąca liczba klientów na terenie całego kraju – możliwy jest tylko dzięki stałym usprawnieniom w

**Interaktywny  
samoobsługowy  
Business Intelligence**

zarządzaniu firmą i stosowaniu nowoczesnych narzędzi wspomagających zarządzanie.

Ponad 100 wyrobów w ofercie, nie uwzględniając nawet wariantów kolorystycznych, oraz ponad 500 stałych odbiorców i odbiorców okazjonalnych z terenu całego kraju wymaga nie tylko

precyzyjnego planowania produkcji ale przede wszystkim precyzyjnej kontroli biznesowej efektywności działania. Oznacza to konieczność analizowania ogromnej ilości danych. Dotychczasowe rozwiązania – system klasy ERP Microsoft Dynamics GP i arkusze kalkulacyjne – zaczęły być niewystarczające. Stąd zainteresowanie systemami BI.

## Dlaczego TARGIT

KAMAL wybrał TARGIT z czterech głównych powodów:

ogromne możliwości funkcjonalne połączone z prostotą tworzenia wszelkich raportów i bardzo złożonych nawet analiz – użytkownik porozumiewa się z systemem za pomocą naturalnego języka biznesowego, a nie pojęć zrozumiałych tylko dla księgowych i finansistów – nietypowe raporty i analizy tworzyć może bezpośrednio zainteresowany przedstawiciel management czy nawet handlowiec (w udostępnionym mu zakresie danych)

bardzo prostej integracji z różnymi systemami informatycznymi w firmie – i możliwości pobierania bieżących danych do hurtowni, agregującej dane na potrzeby analiz

bardzo korzystny, w stosunku do innych rozwiązań BI, wskaźnik możliwości do ceny

zaufanie do ekspertów Solemis Group SA, którzy doskonale znają potrzeby i specyfikę biznesową KAMALU – wdrażali system Microsoft Dynamics GP

Dodatkowo, tworzenie wszystkich nietypowych analiz i raportów jest bardzo proste – wykonać je może każda osoba znająca tylko zawartość wielowymiarowej kostki OLAP, bez konieczności przejmowania się mechanizmami pozyskiwania i aktualizacji danych z innych systemów w firmie. Do chwili wprowadzenia systemu TARGIT analizy wykonywane były za pomocą arkuszy kalkulacyjnych – a dane do nich w mniej lub bardziej automatyczny sposób pozyskiwane były z systemu MS Dynamics GP. Do pewnego momentu sprawdzało się to całkiem dobrze, ale wraz ze wzrostem liczby produktów i klientów sprawdzanie czy wszystkie zdefiniowane formuły działają prawidłowo stało się zbyt pracochłonne.

## Co wdrożono

System TARGIT miał w zamierzeniach służyć jako podstawowe narzędzie do analiz biznesowych średniego i

najwyższego szczebla zarządzania. W ramach prac wdrożeniowych zaprojektowano hurtownię danych (kostki OLAP), umożliwiającą wykonywanie zaawansowanych analiz i zawierającą cały zestaw narzędzi służących obserwacji procesów biznesowych i trendów np. wielkości zysku w podziale na różnorodne

## Interaktywny samoobsługowy Business Intelligence

kryteria, sprzedaż wg grup asortymentowych w przedziałach czasu, regionach, itp.

Obecnie system TARGIT korzysta z kostek danych zaprojektowanych wspólnie przez analityków wdrażającej system firmy Solemis Group i użytkowników. Jako pierwsze w KAMALu powstały kostki Sprzedaż i Stany magazynowe.

Kostka Sprzedaż służy weryfikacji efektywności sprzedaży prowadzonej przez KAMAL Weryfikacji dokonuje się w zależności od cech różnicujących zarówno towar, jego nabywców jak i miejsce produkcji oraz wykorzystania. Podstawowymi wymiarami kostki sprzedaż stały się asortyment w podziale na grupy produktów, surowce i cechy towaru takie jak kolor, wykończenie, wytrzymałość. Miarami są również klienci – ich rodzaj (firma budowlana, użytkownik końcowy, stały/jednorazowy, itp.) Podstawowymi miarami stały się sprzedana ilość, koszt, przychód i marża.

W podobny sposób zaprojektowano kostkę Stany magazynowe. Kostka ta zawiera informacje dotyczące towaru w poszczególnych magazynach ale również i informacje o zgromadzonych surowcach i produkcyjnych mocach przerobowych. Umożliwia to m.in. błyskawiczne kompletowanie dostaw z różnych magazynów czy planowanie produkcji.

## Efekty i korzyści

W pierwszym etapie wdrożenie objęło kierownictwo firmy – zarząd. W drugim dział handlowy, który uzyskał dostęp oczywiście tylko do części danych, dotyczących bezpośrednio sprzedaży. Kierownicy mają możliwości nie tylko

dostęp do standardowych raportów i analiz ale sami wykonują dodatkowe analizy i tworzą potrzebne im raporty. Szeregowi handlowcy mają jedynie wgląd w gotowe raporty i analizy bazujące na danych uaktualnianych codziennie.

Najważniejsze korzyści z wdrożenia systemu TARGIT BI w KAMAL można podsumować w punktach:

- natychmiastowe ostrzeżenie zarządu o niepokojących odchyleniach kluczowych dla firmy wskaźników, nie tylko finansowych – dzięki konsoli menedżerskiej
- możliwość precyzyjnej kontroli zyskowności poszczególnych produktów i projektów
- aktywizacja „analitycznego myślenia” całego działu handlowego kadry kierowniczej
- możliwość precyzyjnej oceny efektów pracy poszczególnych handlowców i możliwość ulepszania systemu wynagrodzeń
- stworzenie narzędzi do dynamicznego, elastycznego kształtowania cen wyrobów zależnie od sytuacji rynkowej i oczekiwań klientów z zapewnieniem odpowiedniego poziomu zysku dla firmy
- możliwość przejrzystej i szybkiej terytorialnej analizy sprzedaży – dzięki narzędziom wizualizacji danych na mapach
- optymalizacja zapasów surowców i wyrobów gotowych

*„Nie spodziewaliśmy się nawet, że danie dostępu poszczególnym handlowcom do uaktualnianych codziennie wyników sprzedaży poszczególnych osób wywoła tak pozytywną chęć rywalizacji” - mówi Adam Glaziński „Na wyniki nie trzeba było długo czekać – pierwsze efekty widać było już po miesiącu. Jednocześnie dyrekcja, dzięki precyzyjnej analizie dokonała zmian w systemie wynagradzania handlowców – w bardzo przejrzysty sposób łącząc interes firmy z interesem handlowców – teraz najbardziej opłacalne jest dla nich sprzedawanie produktów, które są najbardziej zyskowne dla firmy”*



[www.solemis.com](http://www.solemis.com)