

Bacardi Martini Polska sprawnie zmienił swoją politykę biznesową dzięki systemowi klasy Business Intelligence – PROPHIX Enterprise

Success story



Polski oddział międzynarodowej Grupy Bacardi, działającej w ponad 170 krajach świata, producenta markowych alkoholi wśród których należy wymienić rumy Bacardi, wermuty Martini, whisky Dewars's, wódkę Grey Goose, gin Bombay Sapphire wybrał system klasy Business Intelligence - PROPHIX Enterprise jako narzędzie wspomagające pozwalające na bardziej precyzyjne planowanie i analizowanie wszystkich elementów wpływających na wynik.

Uzyskane efekty podniesienia jakości oraz przyspieszenia budżetowania przy jednoczesnym włączeniu w ten proces znacznie większej liczby zainteresowanych osób spowodowało podjęcie decyzji o rozbudowie systemu do wersji PROPHIX SQL.

Implementacji systemu dokonała gdyńska firma Solemis Group SA, przedstawiciel kanadyjskiego producenta systemu PROPHIX w Polsce.

Bariery rozwoju

Martini „wstrząśnięte” kojarzy się niemal każdemu z Jamesem Bondem, Bacardi to gorące karaibskie rytmy i kultowe drinki takie jak Cuba Libre i Mojito.

Bacardi Martini Polska jest częścią ogólnosiwiatowej sieci produkcyjnej, handlowej i marketingowej Grupy Bacardi. Grupa wykorzystuje oprogramowanie ORACLE jako globalny system raportowania dodatkowo w niektórych krajach wdrożony został SAP jako szeroko rozumiany system wsparcia dla lokalnych firm (ERP – Enterprise Resource Planning).

Budżetowanie roczne na poziomie globalnym odbywa się w ORACLE. Lokalnie natomiast budżety przygotowywane są innymi narzędziami, zależnie od wielkości konkretnej firmy. W Polsce, początkowo posługiwano się 1-

2 skoroszytami w Excelu, w miarę wzrostu wymagań ze strony Grupy zwiększyła się ich ilość,

stopień skomplikowania i wzajemne powiązania pomiędzy arkuszami. Do tego zaczęły dochodzić wersje Grupowe, lokalne, walutowe itp. Powodowało to wydłużenie czasu przygotowania budżetów, a co ważniejsze praktycznie uniemożliwiało włączenie kolejnych działów i ich pracowników do wspólnego procesu opracowywania budżetu.

Dlatego decyzja o wdrożeniu usystematyzowanego i zhierarchizowanego narzędzia do budżetowania, które pewne funkcjonalności ma już w sobie (różne okresy rozliczeniowe, waluty, itp.) została podjęta bardzo szybko. Poprzedziła ją oczywiście analiza oferty rynkowej – duże znaczenie miał wskaźnik funkcjonalność/cena oraz możliwość integracji z wykorzystywanymi w firmie systemami SAP i ORACLE.

Potrzeby biznesowe

Planowanie sprzedaży w firmie odbywa się w podziale na poszczególne marki (brand), a te z kolei w podziale na smaki (flavour) czyli np. Martini Bianco, Martini Rosato, Martini Dry, Martini Rosso. Specyficzną miarą ilościową w tej branży jest karton 9-litrowy (9LC).

Polska centrala firmy znajduje się w Warszawie, a magazyn - na południu Polski – stamtąd towar trafia do kilkudziesięciu lokalnych dystrybutorów, a od nich do sprzedawców detalicznych, firma sprzedaje również swoje produkty do sieci super i hipermarketów.

Istotnym elementem biznesu firmy są rozliczenia wielowalutowe. Prowadzone są one równoległe w złotych, tzw. dolarach bieżących (aktualny kurs bankowy) i dolarach budżetowych mających stały kurs przez cały rok. Dolar budżetowy służy również do wstecznych przeliczeń wykonywanych dla porównania efektywności w różnych okresach co przy dużych zmiennościach kursów ma bardzo duże znaczenie. Z racji silnego umocnienia złotego porównywanie wyników w dolarach bieżących i dolarach „budżetowych” mogłoby prowadzić do błędnych wniosków.

Kolejnym wyróżnikiem rozliczeń finansowych są różne okresy rozliczeniowe. W firmie obowiązuje rok finansowy tj od 1 kwietnia do 31 marca. Planowanie odbywa się niejako 2-etapowo najpierw na szczeblu menedżerskim całorocznie, później dane rozbijane są na poszczególne miesiące.

Konkurencja wymusza elastyczność

Sukces i wzrost firmy na coraz bardziej konkurencyjnym polskim rynku wymaga stałej obserwacji rynku i szybkich reakcji na zmiany zachodzące na rynku. Wymaga to z kolei używanie odpowiednich narzędzi dostarczających dane zmniejszające ryzyko podjęcia niefortunnych biznesowo decyzji.

Przed implementacją PROPHIX weryfikacja budżetu odbywała się praktycznie tylko raz, w połowie roku finansowego, w chwili obecnej dzięki dużej oszczędności czasu i zasobów rewizje budżetowe mogą odbywać się „na bieżąco”

„Wdrożenie nowego narzędzia do budżetowania, a potem do jego bieżącej weryfikacji było dla firmy sprawą życia i śmierci” – mówi Rafał Czekaj, dyrektor finansowy Bacardi Martini Polska. „Pozwoliło nam dokonać całkowitej przebudowy naszych procesów planowania i analizy. Dotychczas stosowane narzędzia bazujące na arkuszach Excela były tak rozbudowane i skomplikowane, że praktycznie hamowało nam to rozwój firmy, gdyż uniemożliwiało rozbudowę zespołu – włączanie kolejnych osób we wszystkie procesy biznesowe - szczególnie planowania i analizy.”

Pod górkę ...

Na początku firma posługiwała się 1-2 skoroszytami w Excelu, w miarę wzrostu firmy i wymagań ze strony Grupy (centrali) zwiększyła się ich ilość, stopień skomplikowania i wzajemne powiązania. Do tego zaczęły dochodzić wersje Grupowe, lokalne, waluty itp. co spowodowało, iż użytkownicy zaczęli się w tym wszystkim nieco gubić.

Podstawowymi wadami takiego rozwiązania była zawodność i ogromna pracochłonność. Uaktualnianie i kopiowanie powiązanych arkuszy Excela było naprawdę dużym wyzwaniem – firma prezentuje dane z 1-2 lat wstecz, dane bieżące i plany na najbliższe 3 lata. Wszystko według różnych kursów, dla różnych produktów i opcji.

Antidotum

Wybrano system PROPHIX Enterprise i kupiono 5 licencji dla zwykłych użytkowników + jedną dla administratora. Oznacza to, że jednocześnie z systemu korzysta może 5 użytkowników i administrator. Ogólna liczba użytkowników upoważnionych do korzystania jest większa - w ten sposób wszystkie osoby związane z budżetowaniem mają dostęp do systemu. Są to osoby pracujące w dziale planowania sprzedaży, controlingu, marketingu (plany budżetów marketingowych) Administratorem jest dyrektor finansowy zarządzający m.in. zakresem dostępu do danych i możliwością ich edycji.

O wyborze systemu PROPHIX tak naprawdę zdecydowano ze względu na:

- dobrą cenę w stosunku do oferowanych możliwości. PROPHIX to program na miarę potrzeb i możliwości inwestycyjnych firmy
- elastyczność w dostosowaniu do potrzeb firmy i możliwa pomoc w tym zakresie doświadczonych specjalistów Solemis Group – firmy, która implementowała system
- prostota instalacji i łatwość obsługi – więcej czasu zajęło zdobycie zaufania do systemu niż nauka jego obsługi

www.solemis.com

solemis

PROPHIX

- możliwość importu danych rzeczywistych z systemu SAP i eksportu do Oracle
- rzetelnego zrozumienia naszych potrzeb i analityczne podejście specjalistów z Solemis Group.

„PROPHIX jest programem dopasowanym zarówno do naszych potrzeb jak i możliwości” – mówi Rafał Czekaj. „Są co prawda programy o większych możliwościach ale zdecydowanie droższe. Podejrzewam, iż i tak części ich dodatkowych funkcjonalności nie wykorzystalibyśmy.”

Wdrożenie

Wdrożenie systemu zawsze wiąże się z dostosowaniem funkcjonalności do indywidualnych, konkretnych potrzeb użytkownika. W przypadku Bacardi Martini Polska wystąpiły dwie kwestie: wybiórcze zarządzanie uprawnieniami i kłopoty kursowe z walutami. Pierwszą kwestię szybko rozwiązano przystosowując odpowiednio hierarchię produktów w systemie. Rozwiązanie drugiej zajęło więcej czasu, ale także zakończyło się sukcesem.

Pracę z systemem PROPHIX rozpoczęto od nowego roku finansowego. Potrzebne dane historyczne – tylko z poprzedniego roku – zostały przeniesione do nowego systemu i od tego momentu wszystko działa się już w nowym systemie.

„Za ogromy sukces uważam iż ani przez moment nie pracowaliśmy równoległe na dwóch systemach” – mówi Rafał Czekaj. „Od chwili zakończenia wdrożenia PROPHIX stał się jedynym systemem do budżetowania, analiz wykonania i weryfikacji.”

Bieżąca kontrola budżetu

Przypomnijmy, że PROPHIX wykorzystywany jest przez Bacardi Martini Polska lokalnie do bieżącego, bardziej szczegółowego sprawdzania i porównywania danych rzeczywistych z budżetem. Raporty z Prophixa (eksportowane także do Excela) wykorzystywane są do celów prezentacyjnych i lokalnych analiz. Docelowo budżety są eksportowane do ORACLE, który jak wspomniano jest Grupowym systemem finansowo – księgowym.

Budżetowanie w Grupie jest samo w sobie skomplikowanym procesem – de facto, na etapie tworzenia budżet do ORACLE wgrany jest przynajmniej 3-4 razy.. Wersje często znacznie różnią się od siebie i odzwierciedlają zmiany wymagane przez kolejne szczeble podejmowania decyzji w firmie. Przed wgraniem do ORACLE pierwszej wersji grupowej przygotowywanych jest kilka lokalnych opcji – powstają całkowicie w PROPHIX.

Kontrola wykonania budżetu i ewentualne jego korekty są także prowadzone na bieżąco w PROPHIX i kwartalnie rewizje budżetu wgrywane są do ORACLE dla potrzeb Grupy.

Rzeczywiste dane dotyczące sprzedaży są z systemu SAP automatycznie przenoszone jednocześnie do ORACLE i PROPHIX, gdzie służą do bieżącej kontroli wykonania budżetu.

Uzyskane efekty biznesowe

Wdrożenie systemu PROPHIX było jednym z elementów zmiany polityki biznesowego działania w Polsce – przejścia na precyzyjne planowanie i dogłębne analizy – także w marketingu. Właśnie to włączenie w proces analiz i planowania sprzedaży było dla firmy nowym podejściem i wymagało nowych narzędzi.

Najważniejsze korzyści z implementacji systemu PROPHIX w Bacardi Martini Polska to:

- Umożliwienie rozpoczęcia realizacji zmian w planowaniu biznesu w Polsce – nowe podejście wymaga znacznego zwiększenia liczby osób bezpośrednio, aktywnie zaangażowanych w planowanie sprzedaży jak i w monitorowanie realizacji planów. Przy korzystaniu z arkuszy kalkulacyjnych włącznie w planowanie kolejnych osób było bardzo utrudnione i nieefektywne.
- Łatwe wykorzystanie w planowaniu rzeczywistych i historycznych danych o sprzedaży – dotychczas tak pracochłonne, że wykorzystywane w niewielkim stopniu.
- Łatwość analizowania danych – dzięki możliwościom szybkiej agregacji danych w różnych przekrojach PROPHIX znacznie ułatwił możliwości badania przyczyn i powiązań różnych zdarzeń biznesowych – np. w wielowymiarowych przekrojach czasowych – geograficznych – asortymentowych.
- Wielodostęp – umożliwienie korzystania z zasobów znacznie większej liczby osób i możliwośći jednoczesnej pracy, na tych samych, rzeczywistych danych.
- Oszczędność czasu zarówno na poszczególnym stanowisku pracy (prostota) jak i synergia całego procesu budżetowania. Tworzenie budżetów i rewizji budżetów w oparciu o dane istniejące w systemie jest bardzo proste.
- Podniesienie jakości budżetowania – przygotowanie, przeanalizowanie i przedyskutowanie wielu nawet wariantów jest teraz możliwe w krótkim czasie.
- Zwiększenie bezpieczeństwa danych – rozumianego zarówno jako kontrolowany dostęp różnych osób do różnych danych jak i bezpieczeństwa zdefiniowanych formuł i procedur przetwarzania danych.

- Łatwość zarządzania i administrowania systemem i prawami jego użytkowników.
- Zmniejszenie uciążliwości i przyspieszenie przygotowywania raportów dla centrali – zarówno tych stałych jak i a vista.
- Rozbudzenie potrzeb analitycznych wśród użytkowników – skoro uzyskanie odpowiedzi na różne, nawet skomplikowane pytanie dotyczące sprzedaży nie wymaga teraz pracochłonnego gromadzenia i przetwarzania danych – to pracownicy więcej czasu poświęcają na analizowanie rzeczywistości i planowanie

„Śmiało mogę powiedzieć, że wdrożenie nowego narzędzia do budżetowania, a potem do jego bieżącej weryfikacji było dla firmy sprawą kluczową” – mówi Rafał Czekaj, dyrektor finansowy Bacardi Polska. „Dotychczas stosowane narzędzia bazujące na arkuszach Excela były rozbudowane i skomplikowane, umożliwienie korzystania z nich przez dołączających do zespołu nowych pracowników było bardzo nieefektywne i pracochłonne..”

Rozwój systemu

Bardzo szybko cały zespół odczuł korzystne zmiany w codziennej pracy po wdrożeniu systemu PROPHIX. Zauważono nowe możliwości – pojawiły się nowe potrzeby.

Stąd podjęto decyzję o rozszerzeniu liczby użytkowników oraz o implementacji systemu PROPHIX SQL dającego znacznie większe możliwości dalszych modyfikacji procesów biznesowych w firmie. Są to m.in. dodatkowe modele planowania i analiz sprzedaży, kosztów, marketingu oraz rozbudowane narzędzia do tworzenia graficznych prezentacji analizowanych danych.



Bacardi Martini <http://www.bacardi.com>

Grupa Bacardi to połączenie światowych tradycji w zakresie produkcji „kultowych” trunków – rumu Bacardi i włoskich wermutów Martini., whisky Dewar’s, ginu Bombay, wódki Grey Goose.

Marka Bacardi znana jest od 1862 i od tego roku nieprzerwanie uznawana jest za producenta „najlepszego rumu na świecie”.

Martini to znana od 1847 roku marka włoskich wermutów z okolic Piemontu.

W Polsce pierwsze przedstawicielstwo handlowe Martini&Rossi powstało na przełomie XIX i XX wieku.

Bacardi Martini zatrudnia dziś ponad 6 tys. pracowników i działa w 170 krajach świata.

Firma Bacardi Martini Polska zajęła II miejsce w jednej z edycji konkursu [Mazowiecka Firma Roku](#) w kategorii Handel i Dystrybucja. Celem konkursu jest wyłonienie i promocja tych przedsiębiorstw Warszawy i Mazowsza, które reprezentują ponadprzeciętny i godny naśladowania poziom. Organizatorzy Konkursu: ZWIĄZEK PRACODAWCÓW WARSZAWY I MAZOWSZA i EUROPA 2000 CONSULTING Sp. z o.o. ; Patronat: Adam Struzik Marszałek Województwa Mazowieckiego; Mazowiecki Urząd Wojewódzki ; Ministerstwo Gospodarki

Solemis Group S.A. www.solemis.com

Solemis Group S.A. jest wiodącym dostawcą zaawansowanych rozwiązań biznesowych obecnym w Polsce od 1986 roku.

Ofertę firmy stanowią specjalistyczne produkty uzupełniające istotne luki w klasycznych systemach ERP/CRM. Aktualnie w ofercie firmy znajdują się dwa światowej klasy produkty należące do tej klasy rozwiązań: PROPHIX i TARGIT. Kanadyjski system PROPHIX jest aplikacją finansową używaną przez tysiące osób na całym świecie do budżetowania, prognozowania, raportowania i analiz. Duńskie oprogramowanie TARGIT to rozwiązanie z obszaru Business Intelligence umożliwiające decydomentom na wszystkich szczeblach zarządzania wielowymiarową analizę danych i uzyskanie natychmiast całościowego obrazu sytuacji w firmie.

Solemis Group jako jedyna firma w Polsce świadczy outsourcing usług IT dla Microsoft w zakresie oprogramowania ERP – Microsoft Dynamics GP (Business Solutions Great Plains). W ofercie firmy znajdują się także rozszerzenia funkcjonalne do systemu Microsoft Dynamics GP (MBS Great Plains) oraz system finansowo-księgowy dla małych firm SM-BOSS.

Realizując konsekwentnie swoją misję: „Współpracować z Partnerami i Klientami w osiąganiu sukcesów”.

Solemis Group SA planuje sukcesywnie wprowadzać na rynek nowe, coraz bardziej zaawansowane produkty, spełniające wysokie wymagania Klientów, ze szczególnym uwzględnieniem bardzo wąskich, wyspospecjalizowanych rynków.

www.solemis.com

solemis

PROPHIX