



## Vistula & Wólczanka S.A. uzyskała wymierne korzyści z wdrożenia systemu klasy Business Intelligence – TARGIT

# VISTULA & WÓLCZANKA

Vistula & Wólczanka S.A., giełdowa spółka specjalizująca się w projektowaniu, produkcji oraz zarządzaniu własnymi markami odzieży męskiej i damskiej oraz dystrybucji marek ogólnosięwiatowych, rozpoczęła właśnie eksploatację systemu klasy Business Intelligence: 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 aktualizowanych na bieżąco danych. Sprzedaży i implementacji systemu dokonała warszawska firma Intersys Sp. z o.o. – Złoty Partner Microsoft oraz autoryzowany partner handlowo-wdrożeniowy SOLEMIS Group S.A., przedstawiciela producenta systemu TARGIT w Polsce.

*„Dynamiczne zmiany i wzrost liczby produktów w ofercie firmy spowodował nasze zainteresowanie narzędziami analitycznymi wspomagającymi podejmowane szybkie decyzje oraz reagowanie na wszelkie odchylenia od założeń czy planów sprzedaży. Decyzję o zakupie systemu TARGIT poprzedziły wielomiesięczne testy systemu na rzeczywistych danych w naszej firmie. Dziś nie mam najmniejszych wątpliwości, że po pełnej implementacji będziemy szybciej podejmowali więcej trafnych decyzji, co wyraźnie polepszy nasze wyniki finansowe – a tego zawsze oczekują inwestorzy”. – mówi Rafał Bauer, prezes Vistula & Wólczanka S.A..*

*„Do niekwestionowanych zalet systemu TARGIT należy prostota jego obsługi. Nie jest tu wymagana specjalistyczna wiedza informatyczna. Produkt obsługuje się intuicyjnie korzystając z interfejsu wykorzystującego naturalny język biznesmenów. Pomimo prostoty tworzenia zestawień czy raportów, system pozwala menedżerowi na samodzielne tworzenie bardzo zaawansowanych analiz. Każda utworzona analiza jest powiązana z miejscem i czasem jakiego dotyczy. Wiarygodne wyniki w połączeniu z ich kontekstem pozwalają na podejmowanie przez kierownictwo i zarząd firmy Vistula & Wólczanka właściwych decyzji biznesowych we właściwym czasie.” mówi Paweł Krajewski, prezes Intersys Sp. z o.o.*

Vistula & Wólczanka S.A. zakończyła właśnie pierwszy etap implementacji i rozpoczęła użytkowanie duńskiego systemu TARGIT, narzędzia do wielowymiarowej analizy danych. Rozwiązanie bazuje na technologii tzw. kostek danych OLAP (On Line Analytical Processing).

### Wyzwanie

Vistula & Wólczanka S.A. powstała 31 sierpnia 2006 w wyniku połączenia spółek Vistula S.A. oraz Wólczanka S.A. W momencie fuzji, firmy posiadały wiele systemów informatycznych, przeznaczonych do różnych działalności operacyjnych. Podstawowym wymogiem przed jakim stanęła spółka stało się opracowanie jednorodnego systemu dostarczania kadrze menedżerskiej informacji sprzedażowych i magazynowych z rozproszonej terytorialnie struktury firm składowych. Podstawowym wymogiem w tym zakresie było opracowanie spójnych zestawień dla połączonych firm. W chwili połączenia Vistula & Wólczanka S.A. posiadała oddzielne bazy klientów, sprzedaży, stanów magazynowych, oddzielnie

przechowywane były informacje o produkcji. Uciążliwe i nieefektywne było, w nowej strukturze, podejmowanie trafnych i skutecznych decyzji bazujących na danych z kilku rozproszonych systemów. Zdecydowano dokonać szeregu inwestycji w obszarze informatycznej obsługi firmy, co zaowocowało opracowaniem spójnej koncepcji operacyjnego zarządzania wyrobami i towarami handlowymi.

### Rozwiązanie

Decyzję o wdrożeniu rozwiązania TARGIT Business Intelligence dla potrzeb analitycznego przetwarzania informacji z systemów transakcyjnych Vistula & Wólczanka S.A. podjęta na początku 2007 roku.

System TARGIT miał w zamierzeniach służyć jako podstawowe narzędzie do analiz biznesowych średniego i najwyższego szczebla zarządzania. W ramach prac wdrożeniowych zaprojektowano hurtownię danych, umożliwiającą wykonywanie zaawansowanych analiz i zawierającą cały zestaw narzędzi służących obserwacji procesów biznesowych i trendów np. wielkości zysku w podziale na różnorodne kryteria, sprzedaż wg grup asortymentowych w przedziałach czasu, regionach, salonach, kanałach, itp. Obecnie system TARGIT korzysta z kostek danych zaprojektowanych wspólnie przez analityków wdrażającej system firmy Intersys i użytkowników. Jako pierwsze w Vistula & Wólczanka S.A. powstały kostki Sprzedaż i Stany magazynowe. Kostka Sprzedaż służy weryfikacji efektywności sprzedaży prowadzonej przez Vistula & Wólczanka S.A. Weryfikacji dokonują się w zależności od cech różnicujących zarówno towar, jego nabywców jak i miejsce sprzedaży.

**Inteligentne  
analizy  
dla każdego**

Podstawowymi wymiarami kostki sprzedaż stały się asortyment w podziale na marki i linie sprzedawanych towarów, rodzaj towaru, grupy asortymentowe i cechy towaru takie jak kolor, kołnierz, długość rękawa czy rodzaj mankietu. Miejsce sprzedaży klasyfikowane jest pod względem wielkości miasta, rodzaju punktu sprzedaży (m.in. kiosk, monobrand, outlet), ilości sprzedanych sztuk, przynoszonych zysków. Klienci podzieleni są wg płci oraz miejsc w jakich zakupują towary. Podstawowymi miarami stały się sprzedana ilość, koszt, przychód i marża. W podobny sposób zaprojektowano kostkę Stany magazynowe Vistula & Wólczanka S.A. Kostka ta zawiera informacje dotyczących zatowarowania salonów firmowych (dostarczonego towaru) i pozwala na śledzenie nadwyżek, braków lub zalegania przez długi okres towarów w poszczególnych sklepach. Pozwala to na bardzo precyzyjne zarządzanie zatowarowaniem poszczególnych salonów firmowych w zależności od potrzeb i preferencji na lokalnych rynkach.

System TARGIT umożliwia także tworzenie dowolnych porównań różnych kategorii w różnych ujęciach np. okresów czasu. Mogą być to zestawienia miesięczne lub porównania rok do roku, czy tydzień do tygodnia w określonych przedziałach czasu. Ułatwia to poszukiwanie prawidłowości i optymalizację np. zaopatrzenia poszczególnych salonów co pozwala na zwiększenie rentowności działania.

#### Uzyskane korzyści

Przemysłowa struktura obiegu informacji w firmie, wsparta odpowiednimi narzędziami jakie daje system TARGIT zaowocowała wieloma wymiernymi i niewymiernymi korzyściami. Są nimi:

- **Możliwość sporządzania zaawansowanych i szybkich analiz dla połączonej firmy.** Do momentu wprowadzenia TARGIT otrzymanie dokładnej analizy sprzedażowej czy magazynowej było możliwe, lecz wiązało się z zaangażowaniem dużych zasobów analityków, proces realizacji był żmudny, obarczony pomyłkami a czas wykonania był dość długi. Zastosowanie systemu TARGIT pozwalającego na tworzenie dowolnych analiz ad hoc bezpośrednio przez użytkowników – menedżerów Vistula & Wólczanka stało się momentem przełomowym zwiększającym efektywność całej organizacji.
- **Lepsza kontrola nad procesami sprzedaży i realizacji planów.** System TARGIT pozwolił na bieżące analizowanie wielu trendów i faktów. Przykładem mogą być szybkie informacje w zakresie generowanych zysków w zależności od grup asortymentowych, konkretnych towarów w podziale na cechy (np. kolor, styl, tkanina i wiele innych). Pozwala to na bieżąco dostosowywać ofertę do wymogów rynku oraz

sprawnie zarządzać kosztami i uzyskiwanymi marżami. W systemie można dynamicznie tworzyć listy najlepszych i najgorszych np. sklepów, najlepiej i najslabiej sprzedających się marek czy linii towarów w wybranym okresie czasu. Weryfikacja można także sukcesywnie realizację planów sprzedaży.

- **Skuteczne śledzenie nieprzewidywalności w zatowarowaniu.** System TARGIT w obszarze Stany magazynowe pozwala wychwycić wiele tendencji związanych z dopasowaniem asortymentu sprzedażowego do bieżących potrzeb w poszczególnych salonach firmowych. Sytuacja gdzie w poszczególnych salonach określone towary zalegają podczas gdy w innych świetnie się sprzedają i odczuwalne są ich braki można śledzić z dnia na dzień. Na tej podstawie wydawane są dyspozycje przeniesienia poszczególnych towarów. Dzięki temu sprzedaż staje się bardziej efektywna, klienci otrzymują preferowane produkty, co zwiększa zaufanie i poprawia wizerunek firmy. Podobnie ma się sprawa odnośnie zarządzania towarami pochodzącymi z poprzednich kolekcji. Dzięki precyzyjnej analizie: „jak i gdzie sprzedają się poszczególne produkty?” - można w odpowiednim czasie podejmować decyzje o ich kierowaniu do outletów. Dzięki temu można skutecznie optymalizować asortyment i koszty sprzedaży.

## Inteligentne analizy dla każdego

- **Obserwacja trendów i weryfikacja efektów posunięć biznesowych.** Zaawansowane funkcje systemu TARGIT umożliwiają na tworzenie dowolnych zestawień i kalkulacji. Wszelkie dane i informacje są automatycznie prezentowane w formach: tabel, wykresów, grafów, monitów z wykorzystaniem sygnalizatorów. Wszelkie prezentowane informacje dzięki systemowi mogą podlegać dalszemu przetwarzaniu w ramach analiz np. prezentacji trendów, obliczaniu średnich czy skumulowanych wartości, wyliczeniu odchyień. Pozwala to odnoszenie uzyskiwanych wyników do okresów poprzednich czy porównywanie poszczególnych miar i wartości wg różnych kryteriów.

- **Bezpieczne planowanie procesów sprzedaży dzięki wiarygodnym analizom.** Mając pełną informację o sprzedaży i zatowarowaniu sklepów, można łatwo stwierdzić dlaczego dany towar sprzedaje się gorzej od założenia. Przyczyny mogą być różnorodne np. towar nie sprzedawał się, ponieważ nie było go w danym sklepie czy dlatego, że jakaś jego cecha nie była atrakcyjna dla klientów tego sklepu w tym czasie. Dzięki właściwemu zaprojektowaniu struktury danych system TARGIT pozwala na wychycenie trudno mierzalnych przyczyn takiego stanu np. faktura materiału. Na podstawie takiej analizy można łatwo określić, dlaczego towar określonej linii produktowej sprzedaje się poniżej oczekiwań, co skutkuje bieżącym dostosowaniem produkcji oraz ma wpływa na planowanie przyszłych kolekcji.

- **Łatwość obsługi oraz jakość otrzymywanych wyników.** Do niekwestionowanych zalet systemu TARGIT należy prostota jego obsługi. Nie jest tu wymagana specjalizowana wiedza informatyczna. Produkt obsługuje się intuicyjnie korzystając z interfejsu obsługiwanego w języku naturalnym. Pomimo prostoty tworzenia zestawień czy raportów, system pozwala na tworzenie bardzo zaawansowanych analiz. Każda utworzona analiza traktowana musi być w powiązaniu z miejscem i czasem jakiego dotyczy. Wiarygodne wyniki w połączeniu z ich kontekstem pozwalają na podejmowanie przez kierownictwo i zarząd firmy Vistula & Wólczanka właściwych decyzji biznesowych we właściwym czasie.

- **Zwiększenie wydajności działu analiz.** Dział analiz otrzymując system TARGIT przestał poświęcać czas na długotrwałe przygotowywanie zestawień i analiz. Większość czasu poświęcana jest na analizowanie, prognozowanie, kontrolowanie i weryfikację.

#### Podsumowanie

System TARGIT w ramach uruchomionych obszarów: Sprzedaż i Stany magazynowe wpisał się doskonale w potrzeby informacyjne Vistula & Wólczanka S.A. Uzyskane rezultaty pozwoliły na usprawnienie wielu działań operacyjnych i zarządczych spółki. Możliwość podejmowania szybkich decyzji na podstawie dokładnych informacji jest tu najbardziej znacząca. Efektem bardzo satysfakcjonujących rezultatów wprowadzenia TARGIT w wymienionych obszarach, jest bardzo szybka decyzja o dalszym rozwoju systemu. Polega on na wzbogaceniu go o kolejne tematy analityczne: logistyka, analiza sprzedaży do klientów lojalnych, analiza skuteczności modeli zatowarowania. Pozwoli to na osiągnięcie kolejnych wymiernych korzyści biznesowych dzięki technologii TARGIT.

Vistula & Wólczanka S.A. powstała 31 sierpnia 2006 w wyniku połączenia się spółek Vistula S.A. oraz Wólczanka S.A. Połączenie nastąpiło poprzez przeniesienie całego majątku Wólczanka S.A. na Vistula S.A. w zamian za akcje, jakie Vistula S.A. wydała akcjonariuszom Wólczanki S.A.

Vistula & Wólczanka S.A. jest organizacją skoncentrowaną na zarządzaniu własnymi markami odzieży męskiej i damskiej oraz dystrybucji marek ogólnosiwiatowych.

Spółka specjalizuje się w projektowaniu kolekcji, charakteryzujących się wysoką jakością, niepowtarzalnym wzornictwem oraz spójnością stylistyczną. Propozycje spółki powstają w oparciu o surowce dostarczane przez najlepszych europejskich producentów, a także odwołują się w swoich projektach do aktualnych trendów i tendencji w modzie światowej. W swoim portfelu spółka posiada następujące marki: Vistula – moda męska z wydzieloną klasyczną kolekcją Lantier, Luigi Vesari – kolekcja garniturów, Lettfield – awangardowa moda męska, Wólczanka - pełen zakres stylistyczny koszul męskich z wydzieloną ekskluzywną linią Lambert oraz przebojową Avangard, Andre Renard – formalna moda damska.

Vistula & Wólczanka S.A. skupia się na intensywnej ekspansji na rynku detalicznym. Obecnie własna sieć sprzedaży liczy ponad 170 salonów, w tym 5 za granicą. W bieżącym roku Vistula & Wólczanka S.A. otworzyła pierwszy sklep multibrandowy w CH Arkadia w Warszawie, oferując wszystkie marki jakimi spółka zarządza. Wybrane kolekcje Vistuli i Wólczanki dostępne są także w stoiskach firmowych, sklepach partnerskich oraz w sieci sklepów niezależnych.

Zmiana strategii i konsekwentna jej realizacja sprawiły, że spółka coraz częściej korzysta z usług starannie wyselekcjonowanych producentów niezależnych. Produkcja płaszczy, swetrów, obuwia czy akcesoriów realizowana jest poza Polską głównie we

Włoszech. Podjęte zostały również próby współpracy z rynkiem azjatyckim.

Vistula & Wólczanka S.A., koncentrując się na kreowaniu jednolitych stylistycznie kolekcji, a także zapewnianiu najwyższej jakości produktów, rozwija nowoczesne i dostosowane do aktualnych potrzeb zaplecze produkcyjne. Stała modernizacja bazy produkcyjnej to zapewnienie niepowtarzalnej jakości garniturów, czyli asortymentu wymagającego największej precyzji wykonania. W spółkach zależnych, równolegle z kolekcjami Vistuli, produkowane są wyroby na zlecenie ogólnosiwiatowych marek odzieżowych. Wysoką jakość produktów Vistula potwierdza certyfikat Systemu Zapewnienia Jakości ISO 9001:2000 otrzymany w kwietniu 2000 r.

Spółka jest w fazie dynamicznego przekształcania się w firmę o wyraźnym profilu marketingowo-handlowym. Skoncentrowanie się na zarządzaniu markami oraz siecią dystrybucji przełożyło się już na rozpoczęcie współpracy z międzynarodowymi producentami odzieży. Vistula & Wólczanka S.A. stała się wyłącznym dystrybutorem włoskich marek: Murphy&Nye, pod którą oferowany jest pełen asortyment odzieży damskiej i męskiej typu city sport i active, jeansowej marki Replay oraz austriackiej marki Wolford oferującej ekskluzywną odzież damską.

W styczniu 2007 roku Vistula & Wólczanka S.A. została właścicielem sieci sklepów Galeria Centrum. Pod marką Galeria Centrum działają sklepy, których asortyment obejmuje modę damską, męską i młodzieżową, bieliznę, obuwie, akcesoria i dodatki, biżuterię, kosmetyki, a także artykuły wyposażenia wnętrz. Obecnie sieć posiada 15 sklepów z logo GC. Do 2010 roku planowane jest otwarcie 50 kolejnych. Nabycie Galerii Centrum było pierwszym krokiem w realizacji strategii wzrostu Vistula & Wólczanka przez akwizycje. Nowe sklepy Galerii Centrum otwierane są według nowego konceptu wizualnego, przykładem którego jest sklep w Pasażu Grunwaldzkim we Wrocławiu.

www.solemis.com

TARGIT  
business intelligence

solemis