

PEPSICO В УКРАИНЕ УВЕЛИЧИВАЕТ ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ С ПОМОЩЬЮ QLIKVIEW

«Сравниться с QlikView по производительности не может ни одно решение, а для задач, стоявших перед нашей компанией на тот момент, именно производительность была наиболее значимой»

– Алена Гапонова,
начальник бюро бизнес-анализа PepsiCo в Украине



«Ответственно к Цели», идея обеспечения устойчивого роста за счет инвестиций в здоровое будущее людей и планеты. Предлагая своим потребителям широкий ассортимент продуктов питания, работая над снижением своего воздействия на окружающую среду и развивая культуру вовлеченности и разнообразия среди сотрудников, PepsiCo стремится создать баланс между ростом прибыли и улучшением мира, в котором мы живем.

PEPSICO В УКРАИНЕ

PepsiCo в Украине представлена компаниями «Сандора» и «Вимп-Билль-Данн Украина» и является одним из лидеров украинского рынка продуктов питания и напитков. Компания занимает лидирующие позиции на рынке соков и соковой продукции, где она представлена брендами «Сандора», «Садочок», «Сандорик», «Бонус» и другими. В портфель брендов входят также газированные напитки Pepsi, 7UP, Mirinda, холодный чай Lipton Ice Tea, минеральная вода «Ессентуки» и «Аква минерале», энергетический напиток Adrenaline Rush. На рынке снеков PepsiCo в Украине представлена TM Lay's (чипсы) и TM ХрусTeam (сухарики). Компания

PEPSICO В МИРЕ

PepsiCo – один из мировых лидеров по производству продуктов питания и напитков с годовым объемом продаж более 65 млрд. долларов. Компания выпускает широкий ассортимент продукции, включая 22 товарных знака, ежегодные розничные продажи каждого из которых превышают миллиард долларов. Ключевые направления бизнеса компании – закуски, зерновые продукты и каши, газированные и негазированные напитки, спортивные и функциональные напитки, соки – представлены в 200 странах мира. Основной принцип PepsiCo –

ОБЗОР РЕШЕНИЯ

Компания

PepsiCo Украина
(компания «Сандора»)

Сектор

Потребительские товары, розничная торговля и дистрибуция

Индустрия

Потребительские товары, розничная торговля и дистрибуция

Функции

- Продажи
- Финансы
- Маркетинг

География

Украина

Задачи

Повысить производительность и качество анализа:

- Выполнения ассортиментного стандарта
- Эффективности работы торговых представителей на маршрутах
- Эффективности использования холодильного оборудования

Решение

PepsiCo в Украине с помощью RBC Group разработала приложения для анализа продаж, маркетинга и финансов на платформе QlikView Business Discovery. Это позволило существенно повысить производительность и эффективность бизнес-процессов, что привело к росту объема продаж.

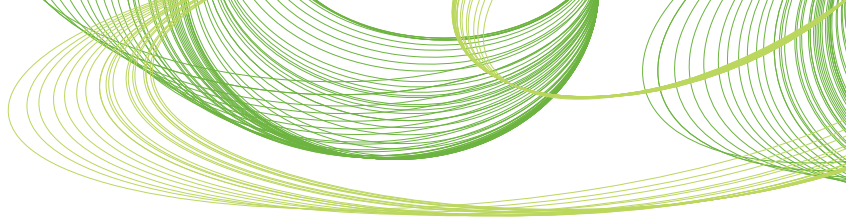
Партнер

RBC Group

RBC
group



PEPSICO



Преимущества

- Короткие сроки внедрения
- Высокая производительность
- Возможность создавать приложения своими силами
- Подключение к BI-системе территориально распределенных филиалов

Источники данных

- Microsoft SQL Server

Объем данных

50 млн транзакций за 2013-й год

занимает уверенные позиции также на рынке молочной продукции с торговыми марками «Чудо», «Слов'яночка», «Машенька», «Ромол» и другие. Детское питание PepsiCo в Украине представлено брендом «Агуша».

В ПОИСКАХ РЕШЕНИЯ

PepsiCo в Украине – одна из самых активно развивающихся компаний, работающих в сегменте FMCG. Растущие объемы производства и увеличивающаяся сеть сбыта потребовали расширения аналитических возможностей. В связи с этим у PepsiCo Украина появилась необходимость повысить производительность решения ряда задач, напрямую влияющих на продажи продуктов, в частности: анализа выполнения ассортиментного стандарта, эффективности работы торговых представителей на маршрутах, а также анализа эффективности использования холодильного оборудования.

Одним из основных аналитических инструментов для сотрудников



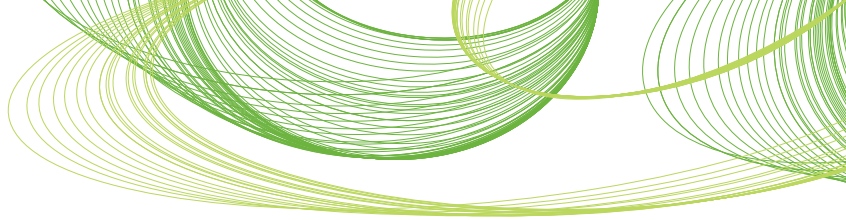
PepsiCo в Украине исторически являлось решение на базе IBM Cognos BI. Однако, как показала практика, возможностей этого решения оказалось недостаточно для достижения поставленной цели.

«Мы пытались реализовать и анализ выполнения ассортиментного стандарта, и другие задачи в IBM Cognos BI, даже подключали внешних специалистов, но производительность этих процессов всё равно была недостаточной, – рассказывает Алена Гапонова, начальник бюро бизнес-анализа PepsiCo в Украине. – В это время эксперты RBC Group предложили нам разработать решение на базе платформы QlikView Business Discovery. Она оказалась именно тем инструментом, с помощью которого мы успешно решили поставленные задачи, в частности, по анализу выполнения ассортиментного стандарта, столь важного для нашего бизнеса».



Выбор системы в качестве корпоративного стандарта обусловлен высокой скоростью отклика на запросы пользователей, шикарными инструментами визуализации, гибкостью и оптимальной стоимостью владения. Также хочется отметить профессионализм RBC Group как партнера по внедрению и поддержке системы».

– Вячеслав Гнаевич,
директор по продажам PepsiCo в Украине



Результаты

В результате проекта компании удалось значительно увеличить количество точек доставки с идеальным ассортиментным стандартом и как следствие добиться роста объема продаж. Кроме того, решение на базе QlikView позволило компании сократить количество неэффективного использования холодильного оборудования – с 7% до 2% от общего количества холодильников, а также сбалансировать передвижения торговой команды за счет анализа работы на маршрутах.

ПОГОНЯ ЗА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ

Специалистами RBC Group для PepsiCo в Украине был реализован пилотный проект, в рамках которого на базе QlikView Business Discovery были созданы приложения для решения трех локальных задач. Результаты пилотного проекта удовлетворили руководство PepsiCo в Украине, в связи с чем было принято решение о выборе платформы QlikView в качестве основы решения.

Весь проект занял две недели. Около недели ушло на создание базового приложения в удаленном режиме, а затем неделю длилась сессия со специалистом RBC Group, в ходе которой было создано 3 приложения. Первым было запущено приложение для анализа ситуации с выполнением ассортиментных стандартов в различных каналах сбыта по всем выпускаемым брендам.

«В нашей компании первыми работать с приложением начали специалисты отдела развития продаж – именно они в большей степени нуждались в аналитической информации, – рассказывает Алена Гапонова. – Первое впечат-

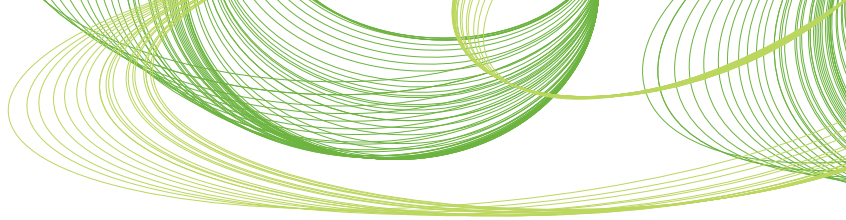
ление было неоднозначным, интерфейс оказался непривычным для нас – особенно с точки зрения подготовки стандартной отчетности, которой у нас очень много. Однако сравниться с QlikView по производительности ни одно решение не может, а для задач, которые стали перед нашей компанией на тот момент, именно производительность была наиболее значимой».

В дальнейшем все приложения и отчеты специалисты PepsiCo в Украине создавали своими силами. На данный момент в системе QlikView работают сотрудники всех территориальных подразделений компании, где осуществляются прямые продажи продукции – всего около 100 сотрудников. Приложения используются для анализа продаж, финансов, маркетинговых инициатив и трейд-маркетинга.



«Наша компания использует QlikView как корпоративную BI-платформу, которая позволяет осуществлять мониторинг ключевых KPI, получать необходимую аналитическую отчетность, проводить сложные аналитические исследования, такие как выполнение стандартов компании в области представленности продукции. Выбор системы в качестве корпоративного стандарта обусловлен высокой скоростью отклика на запросы пользователей, шикарными инструментами визуализации, гибкостью и оптимальной стоимостью владения»

– Вячеслав Гнасевич,
директор по продажам PepsiCo в Украине



Одним из самых востребованных, как и предполагалось, стало приложение для анализа выполнения ассортиментного стандарта, созданное и оптимизированное силами специалистов PepsiCo. «Разработка решения, позволяющего отслеживать изменения ассортиментного стандарта, была очень важным шагом для нашей компании, – объясняет Алена Гапонова, – поскольку 20% находящихся в стандарте идентификаторов товарной позиции дают нам 80% наших продаж и нам важно уметь управлять данным ассортиментом в точках доставки». Внедрение QlikView в PepsiCo Украина считают успешным. В результате проекта компании удалось значительно увеличить количество точек доставки с идеальным ассортиментным стандартом и как следствие

добиться роста объема продаж. Кроме того, решение на базе QlikView позволило компании сократить количество неэффективного использования холодильного оборудования – с 7% до 2% от общего количества холодильников, а также сбалансировать передвижения торговой команды за счет анализа работы на маршрутах.

«Наша компания использует QlikView как корпоративную BI-платформу, которая позволяет осуществлять мониторинг ключевых KPI, получать необходимую аналитическую отчетность, проводить сложные аналитические исследования, такие как выполнение стандартов компании в области представленности продукции, – подчеркивает Вячеслав Гнасевич, директор по продажам PepsiCo в Украине. – Выбор системы в качестве корпоративного стандарта обусловлен высокой скоростью отклика на запросы пользователей, шикарными инструментами визуализации, гибкостью и оптимальной стоимостью владения. Также хочется отметить профессионализм RBC Group как партнера по внедрению и поддержке системы».

ПЛАНЫ

В ближайшее время в PepsiCo Украина планируют расширить применение приложений на платформе QlikView Business Discovery. В частности, в компании намерены разработать приложения для анализа вторичных данных от дистрибьюторов и субдистрибьюторов, эффективности торгового оборудования, запусков новых продуктов и стандартов выполнения в точках доставки. Также с помощью приложений планируется анализировать уровень сервиса обслуживания ключевых клиентов. В дальнейшем использовать QlikView будут ещё 40 новых пользователей из отделов продаж, маркетинга, трейд-маркетинга и финансов.

