



IBM PERFORMANCE EVENTS

Smarter Decisions. Better Results.



Optimale Warensteuerung in den eigenen Retailstores mit IBM Cognos TM1 und C8 BI

Pirmin Walker, Leiter Controlling & Consolidation, Calida AG
Rolf Niedermann, Senior Consultant, Addedo AG

28. Oktober 2010



Agenda

- Vorstellung CALIDA Gruppe
- Ausgangslage
- Zielsetzung
- Umsetzung
- Lessons learned
- Blick in die Zukunft

Vorstellung CALIDA Gruppe



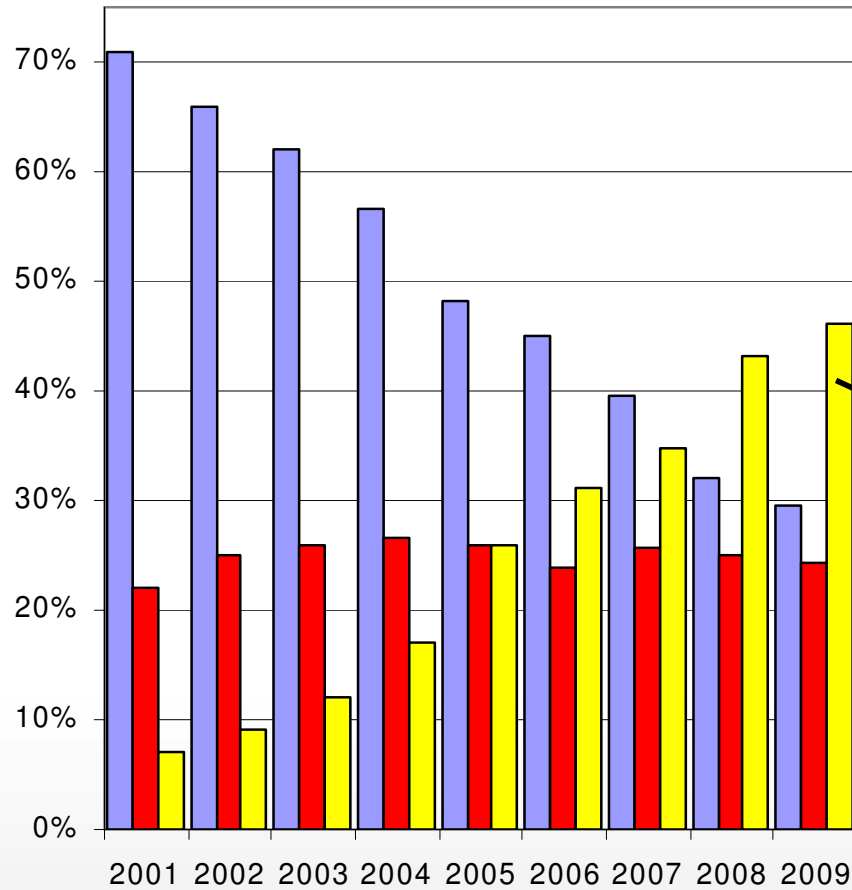
- Hauptsitz in Sursee und Paris
- 213 Mio. CHF Umsatz
- 1'340 Mitarbeitende
- Hauptmarkt Europa, vertreten auch in USA und Asien



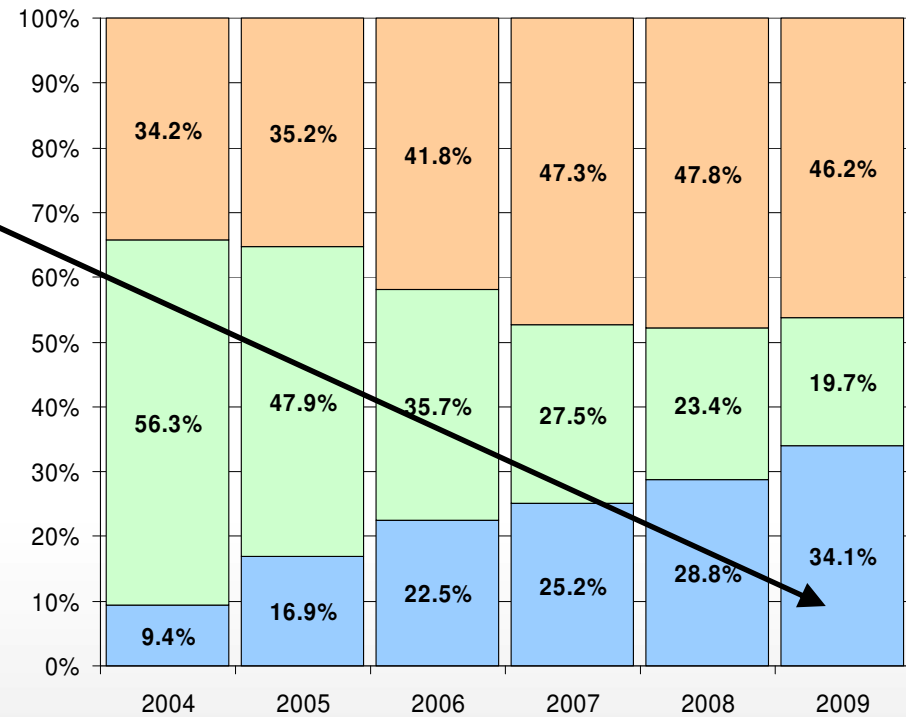
Vorstellung CALIDA Gruppe



Entwicklung Brand CALIDA



- Independent Retailers
- Dept. Stores and Chains
- Calida controlled Retail space



- Shop-in-Shops
- Franchise Stores
- Retail Stores



Sulzbach, DE



Solothurn, CH





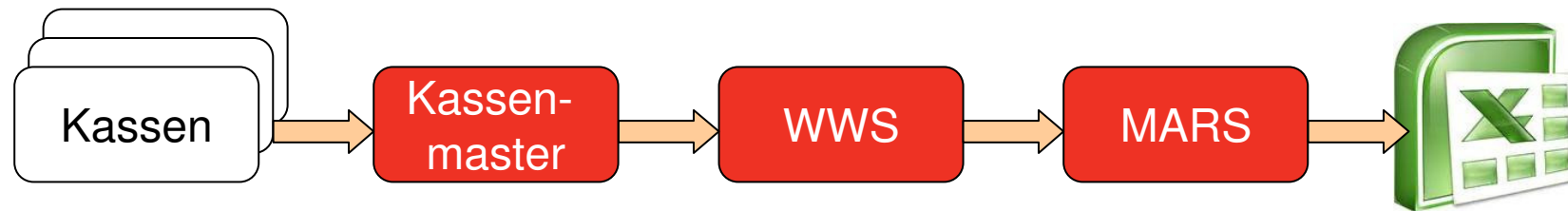
Veränderungen durch Retail

- Kunde ist der Endkunde und nicht der Einzel- resp. Fachhandel
- Einkaufsplanung durch Retailabteilung
- Unterschiedliche Sortimente in den Stores

- Andere Kennzahlen relevant (sell-in vs. sell-out)
- Veränderung Struktur Erfolgsrechnung durch doppelte Marge
- Kapital- und Personalintensiv
- Abverkaufsplanung / Umgang mit alter Ware

- Richtige Ware, richtige Menge, richtiger Zeitpunkt, richtiger Ort

Ausgangslage

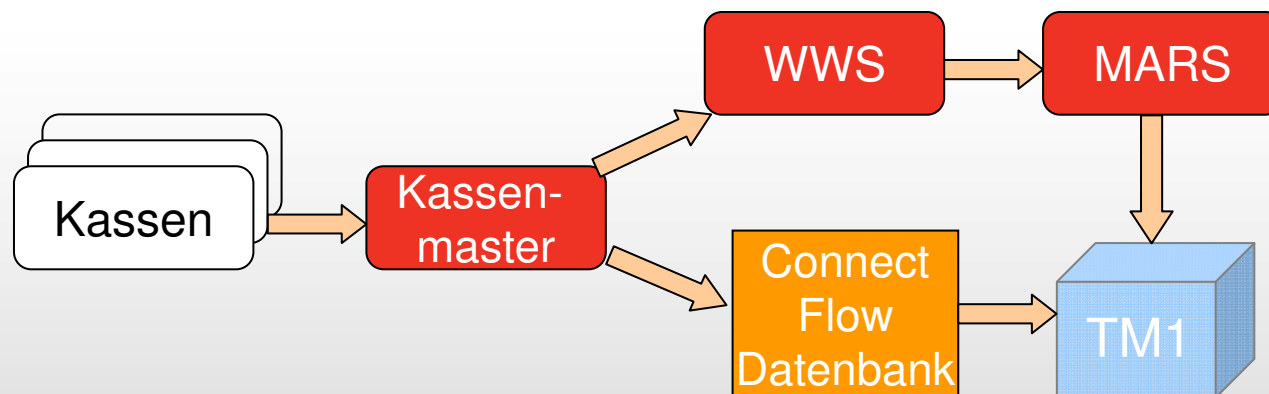


- Tägliche Abverkäufe pro Store und Kundentransaktion, Artikel, Farbe, Grösse
- Vergleich zu Budget, Forecast und ABP
- Umsatzentwicklung bereinigt ohne Expansion, Ø-Tagesverkäufe pro Store
- Versand per Excel an interne und externe Empfänger
- Nicht mehrwährungsfähig und instabil
- Beschränkt auf 9 selektierbare Parameter

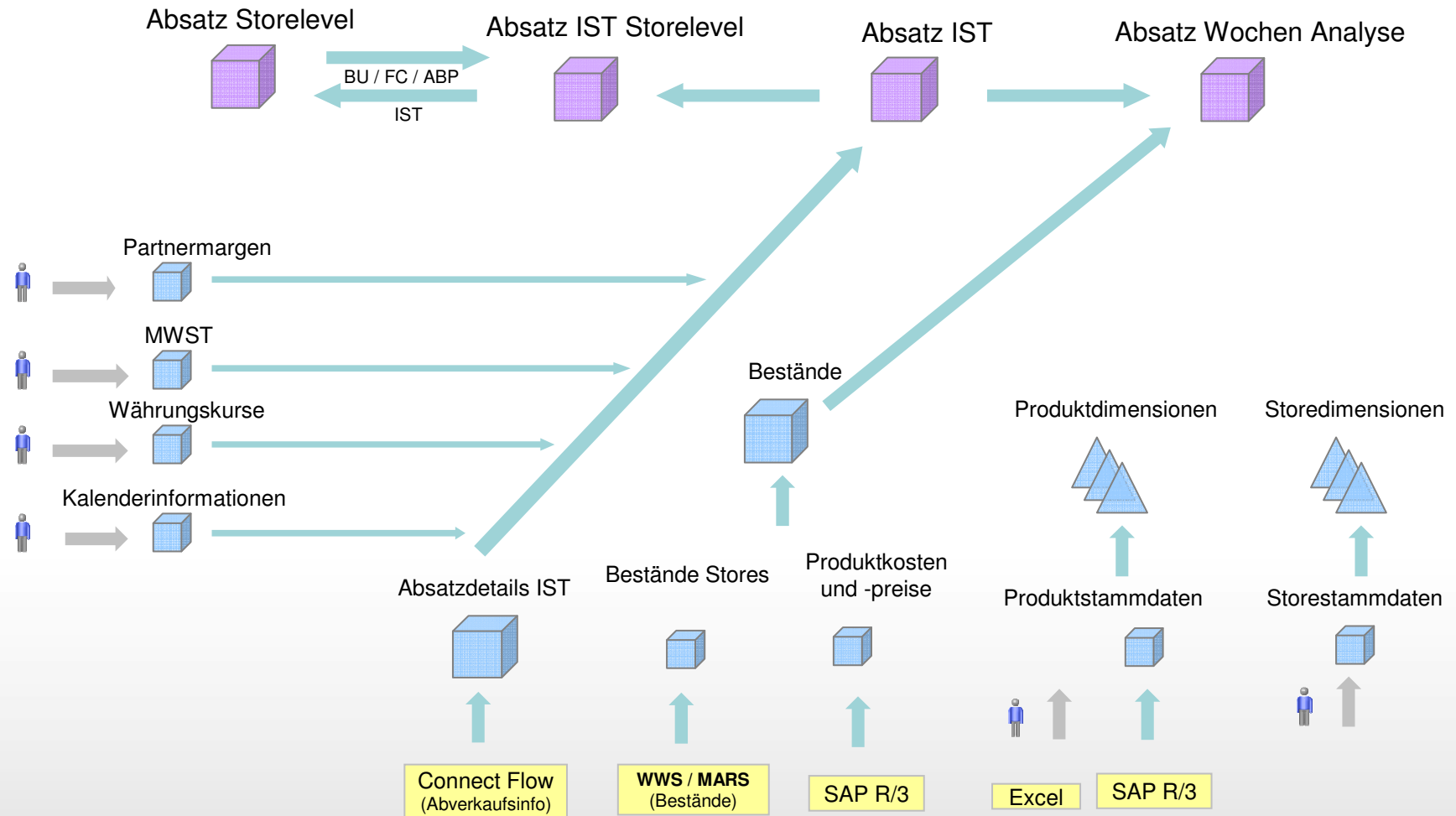
Zielsetzung



- Datenbasis im TM1, täglich aktualisiert aus Quellsystemen
 - Qualitativ einwandfreie Daten
 - Abbildung Retailreportings in TM1 und C8 BI
 - Empfängergerichte Datenaufbereitung
 - Kontrollmechanismen im Abschlussprozess
 - **Bessere Analysemöglichkeiten auf Ebene Store und Artikel-Dimension => Einfluss auf Warensteuerung**
 - **Automatisierte und zeitgenaue Datenverfügbarkeit mit minimalem manuellem Aufwand => Effizienzgewinn**
- => Richtige Ware, richtige Menge, richtiger Zeitpunkt, richtiger Ort**



Umsetzung



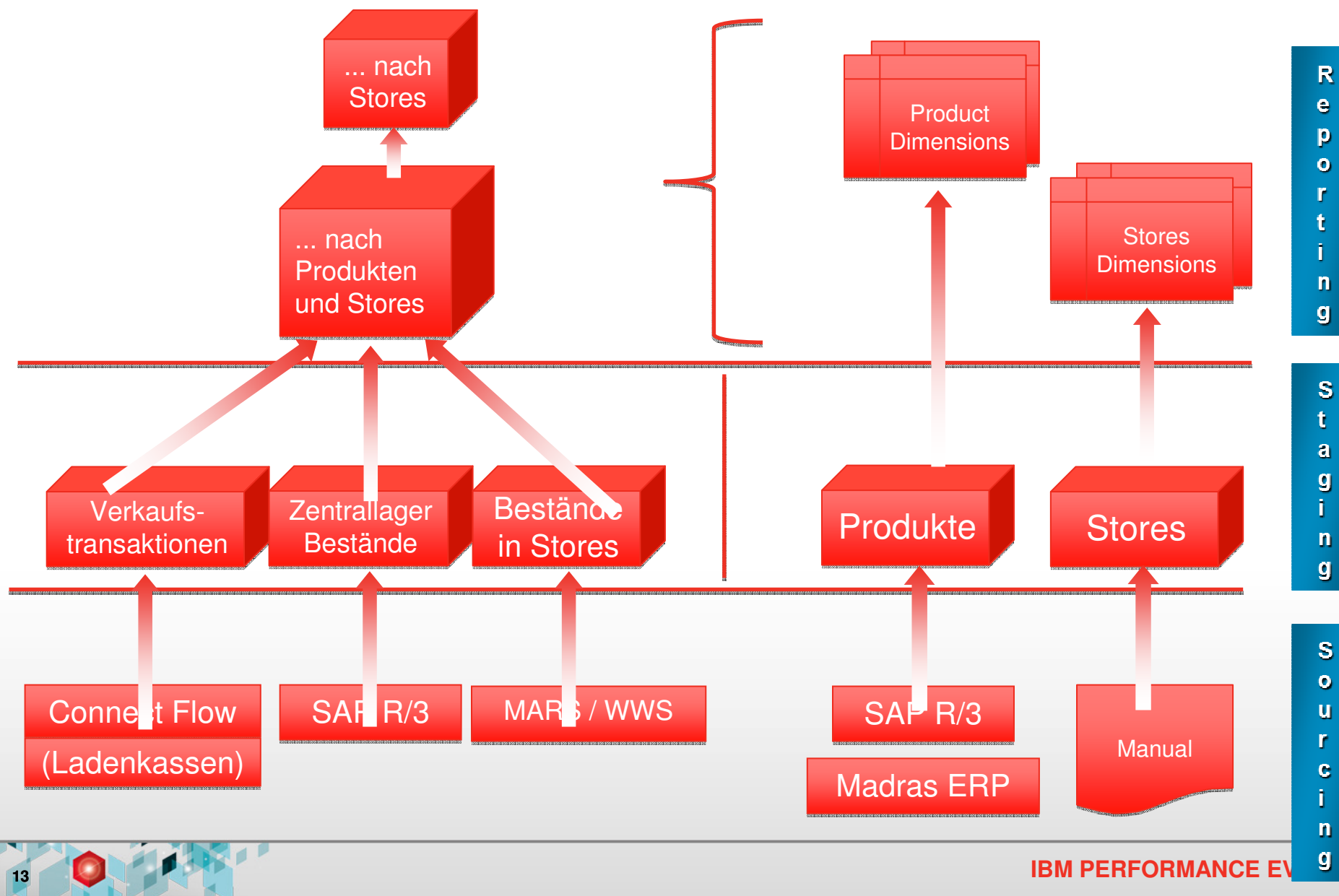
Umsetzung



- Täglich automatisiertes Storereporting im TM1
 - Like for Like pro Monat und ytd
 - Durchschnittliche Abverkäufe pro Tag
 - Anzahl Kundentransaktionen
 - Vergleich zu Budget, Forecast und ABP
 - In Lokal- und Konzernwährung
- Empfängergerechtes Salesreporting für Storemanager mit C8 BI
- Automatisiertes Warensteuerungsreporting mit Merchandise kalender und Bestandesnachweise pro Store und Zentrallager
- Täglicher Nachweis über Discounts, DB's resp. COGS
- Zwischengewinneliminierung für Gruppenkonsolidierung



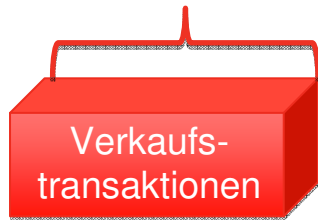
Ansicht der Lösung nach Schichten



Sourcing und Staging von Daten



Pro:
 -Kassenbon (ca. 800k Elemente)
 -EAN Nummer (ca. 90k Elemente)
 -Tag (ca. 500 Elemente)
 -Store (ca. 70 Elemente)



Täglicher Ladeprozess
 -Via ODBC
 -Basis ist einzelne Kundentransaktion (Verkauf, Storno, etc.) und EAN Nummer (SKU)



MS SQL Server 2005

Connect Flow
 (Ladenkassen)

Pro:
 -EAN Nummer
 -Tag



Täglicher Ladeprozess
 -Via ODBC
 -Pro EAN Nummer (SKU)



SAP R/3

IBM DB2 auf IBM A/S 400

Pro:
 -EAN Nummer
 -Tag
 -Store



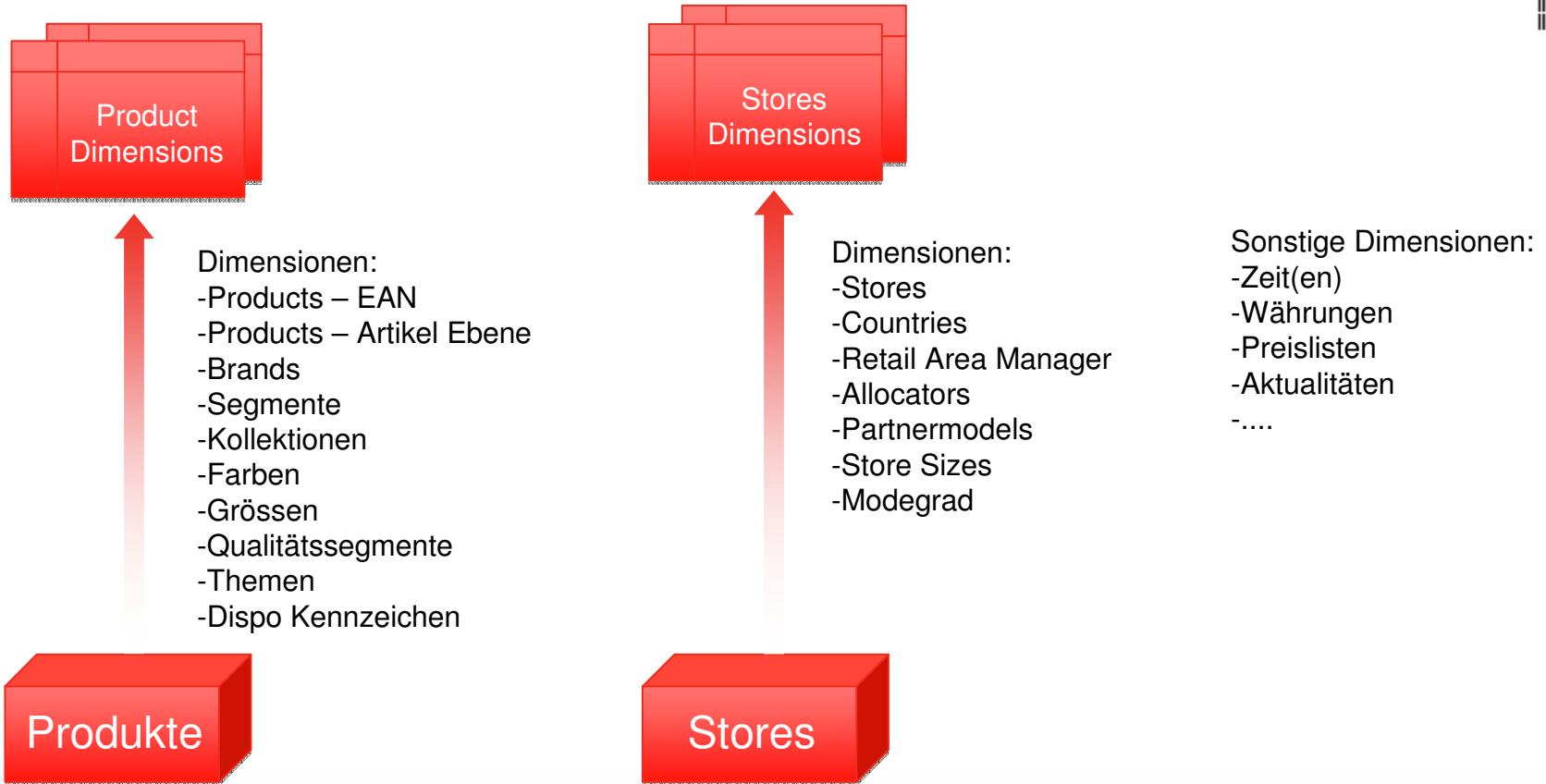
Täglicher Ladeprozess
 -Via ODBC
 -Pro EAN Nummer (SKU)



M.A.R.S / WWS

Proprietäre Datenbank mit Textfile-Interface

Sourcing und Staging von Dimensionsbereichen





Reporting Cubes



- Dimensionen:
- Zeit (Tag, Monat, Jahr)
 - Aktualitäten (Ist, BU, FC)
 - Brands
 - Währungen
 - Stores
 - Value Type (Tageswert, MTD, YTD)
 - Measures

Measures:

- VP nach Listenpreis
- VP Angepasst
- Discount auf Artikel
- VP Artikel
- Discount Kassenbon
- Aussenumsatz
- Aussenumsatz exkl. MWST
- Partnermarge
- Calida Umsatz
- Anzahl Artikel
- Aussenumsatz / Artikel
- Aussenumsatz exkl. MWST / Artikel
- Calida Umsatz / Artike

- Anzahl Kassenbons
- Calida Umsatz / Kassenbon
- Artikel / Kassenbon
- Partnermarge / Kassenbon
- Anzahl Verkaufsoffene Tage



- Dimensionen:
- Zeit – Jahre (5)
 - Zeit – Monat und Tage (779)
 - Artikel (7786)
 - Farben (842)
 - Grössen (98)
 - Thema (1089)
 - Segment (12)
 - Kollektion (125)
 - Brand (7)
 - Qualitätssegmente (4)
 - Dispo Ids (4)
 - Währung (3)
 - Stores, Countries, RAMs (121)
 - Measures (14)

Measures:

- VP nach Listenpreis
- VP Angepasst
- Discount auf Artikel
- VP Artikel
- Discount Kassenbon
- Aussenumsatz
- Aussenumsatz exkl. MWST
- Partnermarge
- Calida Umsatz
- Herstellkosten
- Transferpreis
- Anzahl Artikel
- Aussenumsatz / Artikel
- Aussenumsatz exkl. MWST / Artikel
- Calida Umsatz / Artikel

2'326'654'253'056'770'000'000'000

(ca. 2 Quadrillionen Zellen)

Umsetzung Projekt

- Need für Reportingtool schon länger vorhanden
- Versuche über normales Bewilligungsverfahren nie erfolgreich
- Untypischer Projektablauf für aktuelles Projekt im Sinne von „Lass Taten sprechen“

- Pilotprojekt mit 2 Reportings
- Miteinbezug Pilotuser der Retailabteilung
- Aufzeigen von Kosten und Nutzen
- Aufnahme Nutzen für andere Bereiche



Lessons Learned

- Professionelle Unterstützung durch Addedo im Gesamtprojekt
- Superuser / Poweruser / Reportowner ist die Keyperson im Projekt
- Prozessknowhow als Voraussetzung von der Linie
- Interesse am Projekt, Aufbau, Inhalt => Change Management
- Zusätzliche Applikation
- Miteinbezug Projektportfolio





Blick in die Zukunft

- Anpassung bestehende Reportings an neue Datenbasis aus SAP for Retail und Implementierung neuer Anforderungen
- Umsetzung Wholesale und konsolidiertes Salesreporting
- Produktkalkulation und Mengenplanung pro Kollektion
- Artikel und Kollektionsnachweis von der Skizze bis zum Abverkauf
- Kostenstellenplanung im jährlichen Budget- und Forecastprozess

Thank you



IBM PERFORMANCE EVENTS

