



TRILOG

Gruppo Campari Sales Force Automation

SAP FORUM MILANO

20 ottobre 2016

Progetto SFA: fondamenti e principali linee guida

- Iniziativa Global, volta a fornire un template di riferimento per Campari nel supporto di funzioni essenziali a livello di Sales & Marketing
- Forte Governance da parte del Board e del Senior Management a livello IT di Campari
- Elevato grado di focalizzazione e di dedizione dei Business Process Owner e dei Key User
- Implementazione basata sull'ottimizzazione delle funzionalità standard di SAP Hybris C4C. Un numero circoscritto di sviluppi si è reso necessario solo per coprire requisiti essenziali
- Ampio utilizzo dell'integrazione in particolare con SAP ECC tramite SAP HANA Cloud Integration, quale scelta tecnologica strategica per l'integrazione tra sistemi cloud ed on-premise del landscape di Campari
- Grande attenzione all'analisi e alla scelta del device di mobilità con cui dotare la Forza Vendita, al fine di trovare il bilanciamento ottimale tra portabilità e usabilità
- Alto grado di interazione con la struttura di Change Management nelle fasi di revisione organizzativa introdotta dal progetto, comunicazione, pianificazione ed organizzazione del training

Approccio e Metodologia di Progetto

- Analisi processi as-is e disegno processi to-be fondamentale
- Gradualità e rilasci frazionati della soluzione, con individuazione di priorità di copertura dei requisiti essenziali
- Milestone di progetto chiare, definite e con confidenza di raggiungimento dei risultati attesi
- Approccio prototipale con forte coinvolgimento di BPO e utenti nelle fasi intermedie di verifica ed accettazione della soluzione
- Visione a 360° e presidio delle aree di integrazione
- Mix di competenze di business, applicative, tecniche del Team Campari e Partner
- Utilizzo di metodologie consolidate e tools a supporto, ottimizzando i principi suggeriti dalle best practice di SAP Hybris C4C, basata su un approccio “Agile”, e la metodologia di KPMG

Ambito e Processi

In base agli obiettivi e alle strategie definite è stata individuata una roadmap realizzativa con un ottica quick-win per raggiungere risultati tangibili in tempi brevi

KPIs, Reporting ed Analytics

Disponibilità delle informazioni necessarie per un' efficace gestione delle attività sul campo

Definizione di Target e Piani di Incentivo per la Forza Vendita

Monitoraggio del raggiungimento obiettivi strategici ed operativi per la Forza Vendita

Gestione Merchandising

Ottimizzazione nella gestione e nella distribuzione del materiale promozionale

Esecuzione attività In-store

Rilevamento dati significativi per le attività di vendita e trade marketing

Pianificazione ed esecuzione Visite

Armonizzazione del calendario visite e del contatto con il Cliente

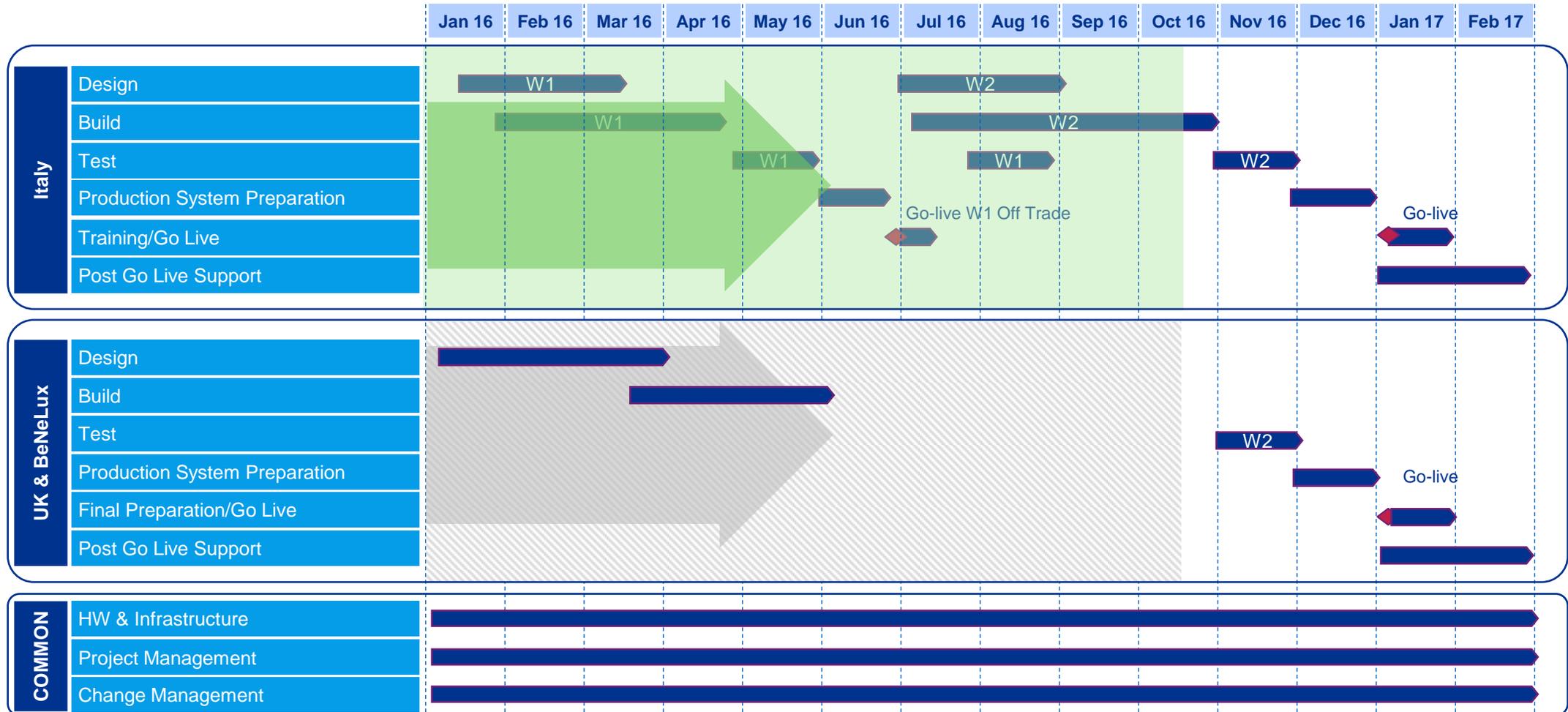
Gestione Ordini di Vendita

Supporto alla presa ordine con uno strumento semplice ed integrato con il backend

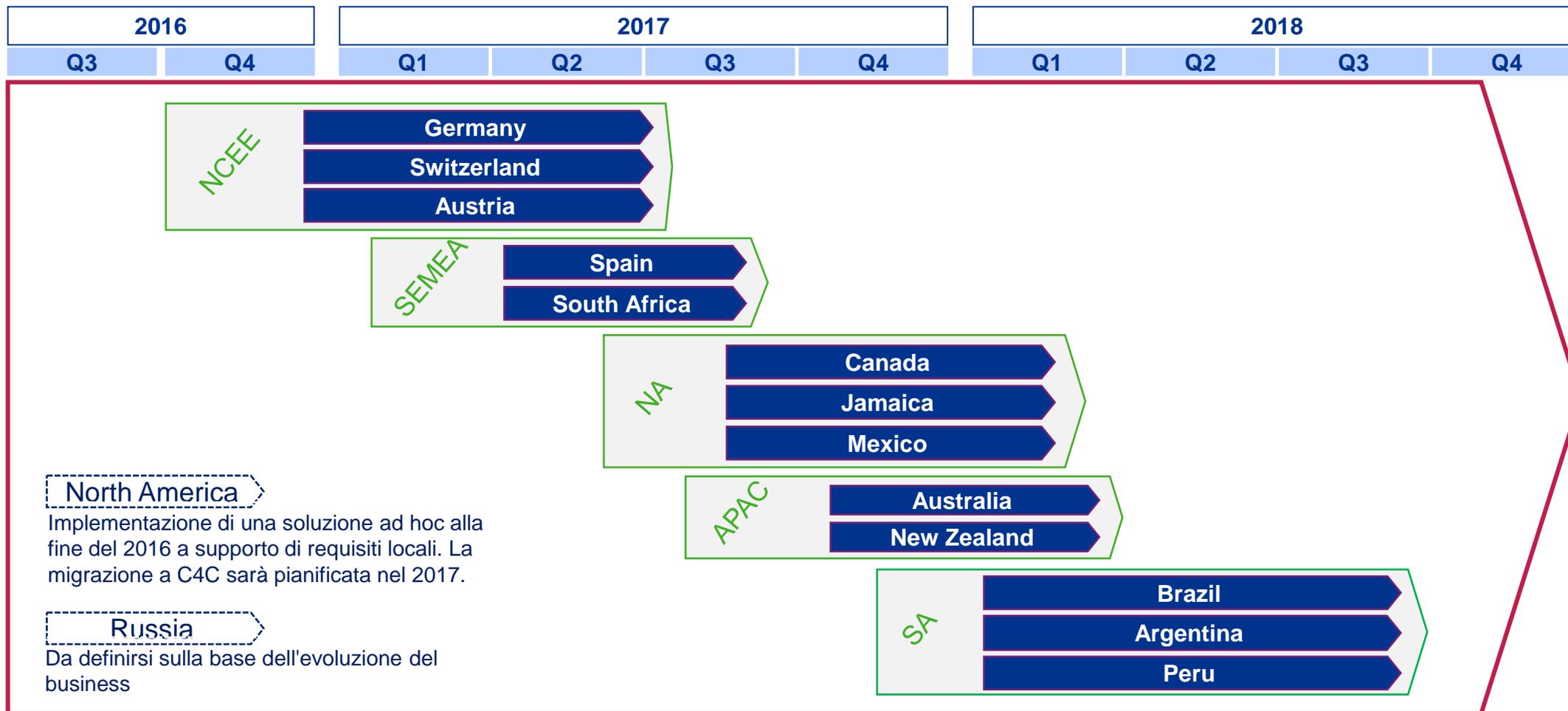
Database clienti diretti ed indiretti

Dati utili, aggiornati, univoci, condivisi, strutturati e gestiti

Piano di progetto: cosa abbiamo fatto e dove siamo



Visione strategica: il piano di rollout



Perché SAP Hybris Cloud for Customer?

Speed

Analytics

ERP Integration

Collaboration

Usability

Real Time

Offline

Outlook Integration

Mobility

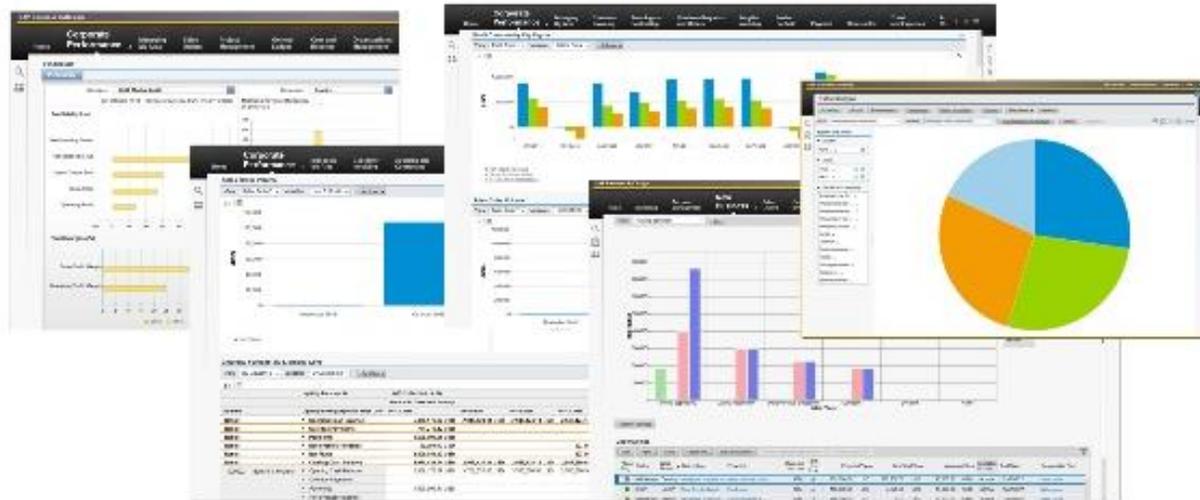
Industry

Un elemento essenziale: la User Experience

- Aspetto cruciale per l'accettazione della soluzione SAP Hybris C4C è stata la scelta e la configurazione della “user interface” che garantisca un front end adeguato alle aspettative:
 - interfaccia intuitiva e accattivante a livello utente finale
 - facilità di configurazione della “brand image” del Gruppo a livello di grafica, colori, logo
 - semplicità di navigazione nelle diverse funzionalità del sistema
 - possibilità di personalizzazione di ciascun ruolo di Business per fornire a ciascuno le informazioni e le modalità di utilizzo di SAP Hybris C4C realmente necessarie
- Campari ha scelto la soluzione basata su SAP FIORI, anche indicata da SAP come la UX di riferimento a tendere per tutte le applicazioni SAP, in grado di offrire una User Experience notevole grazie ad un Look-and-Feel studiato appositamente per rendere l'interazione con l'utente semplice ed immediata
- Inoltre SAP FIORI si adatta nativamente a tutte le tipologie di dispositivi mobile messi a disposizione dell'utente (PC, Tablet e Smartphone), dando a Campari la flessibilità di optare per soluzioni hardware diverse a seconda delle esigenze delle varie Country

Reporting & Analytics

- Parte essenziale degli obiettivi e dell'ambito del progetto SFA è dotare la Forza Vendita ed il Management con strumenti di reportistica evoluta in linea con l'innovazione di SAP in questo ambito, strettamente collegati alle applicazioni Cloud, in primis SAP Hybris C4C, del Gruppo Campari
- Gruppo Campari ha da tempo iniziato, anche in collaborazione con i SAP Labs, un percorso strategico di scouting ed analisi delle soluzioni di Business Intelligence più idonee a garantire la copertura di requisiti essenziale per lo scoping dei prossimi go-live e, a tendere, come soluzione di riferimento in area BI
- La reportistica disponibile sui device della Forza Vendita riguarda anche l'ottimizzazione delle funzionalità standard di SAP Hybris C4C Analytics e di integrazione con SAP BI tramite mashup



Principali risultati a tre mesi dal primo Go-Live

- Prima applicazione Cloud live nel Gruppo Campari
- Oltre 2000 ordini inseriti dalla Forza Vendita attraverso SAP Hybris C4C dal go-live di inizio luglio
- Sistema stabile ed affidabile fin dal primo giorno di live
- Feedback positivo da parte di tutti i ruoli della Forza Vendita (Area Manager, Agenti, Merchandiser) in termini di:
 - efficienza di utilizzo
 - semplicità dello strumento
 - facilità di accesso alle informazioni
 - affidabilità dei dati disponibili, sia su SAP Hybris C4C che derivanti dall'integrazione con il backend
- Nessun problema critico riscontrato e che ha richiesto un intervento diretto del Supporto SAP



Grazie



kpmg.com/socialmedia



kpmg.com/app

© 2016 KPMG Advisory S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano e fa parte del network KPMG di entità indipendenti affiliate a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), entità di diritto svizzero. Tutti i diritti riservati.

Denominazione e logo KPMG sono marchi e segni distintivi di KPMG International.