

Практика использования Loginom как Self-Service инструмента

Сергей Ларионов

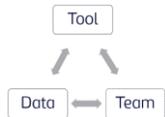
Руководитель группы развития промо планирования и отчетности



AGENDA



- Пивоваренная Компания Балтика



- Моделирование процессов



- Self-Service на примере Loginom



- Примеры



- Итоги

Пивоваренная компания «Балтика»

БАЛТИКА
Part of the Carlsberg Group

55 пивных брендов и **5** непивных брендов



8400+
сотрудников

8
Заводов 

27%*
доля рынка

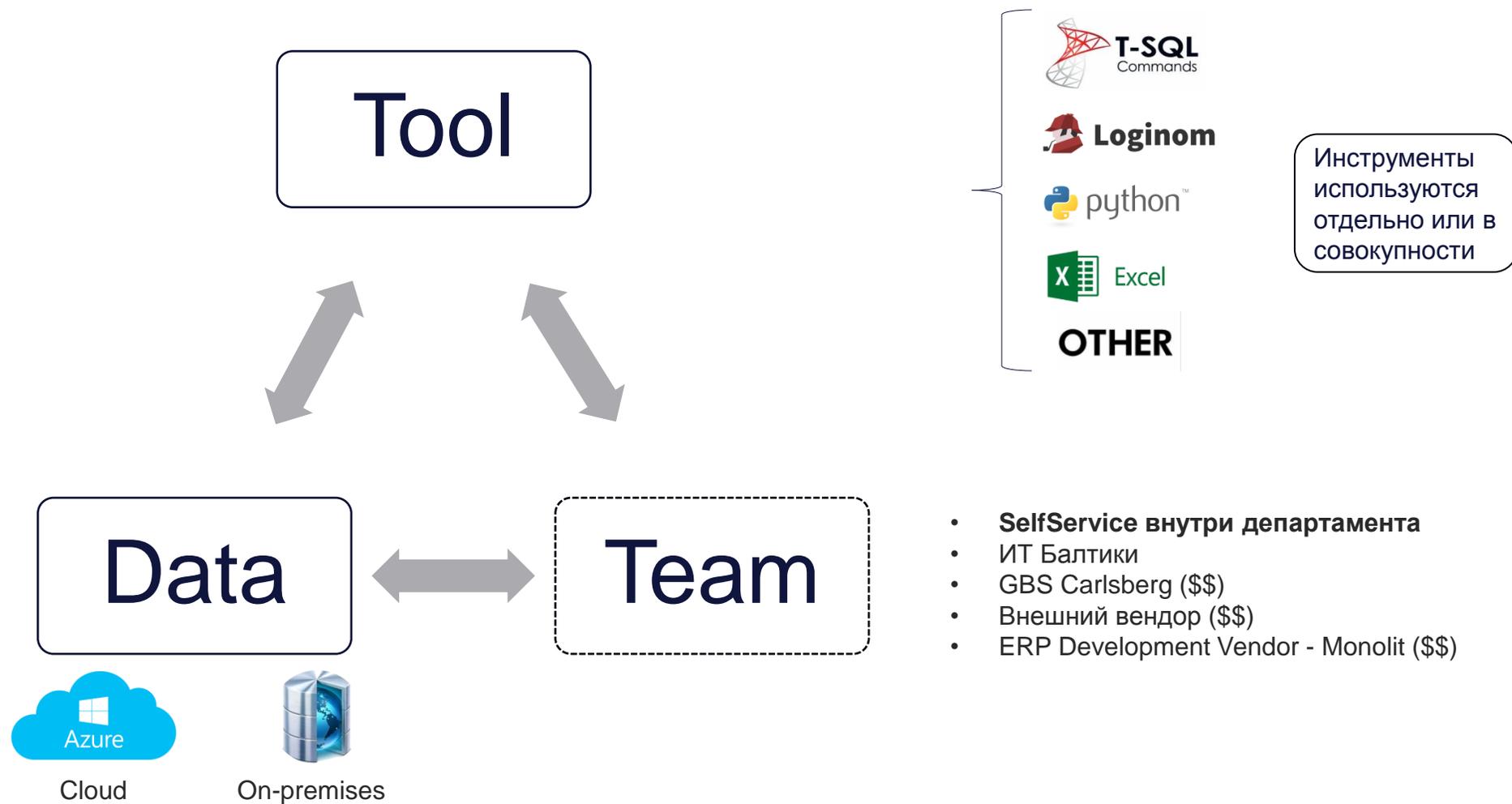
● Города с офисами продаж «Балтики»

*данные агентства Nielsen, объемы рынка

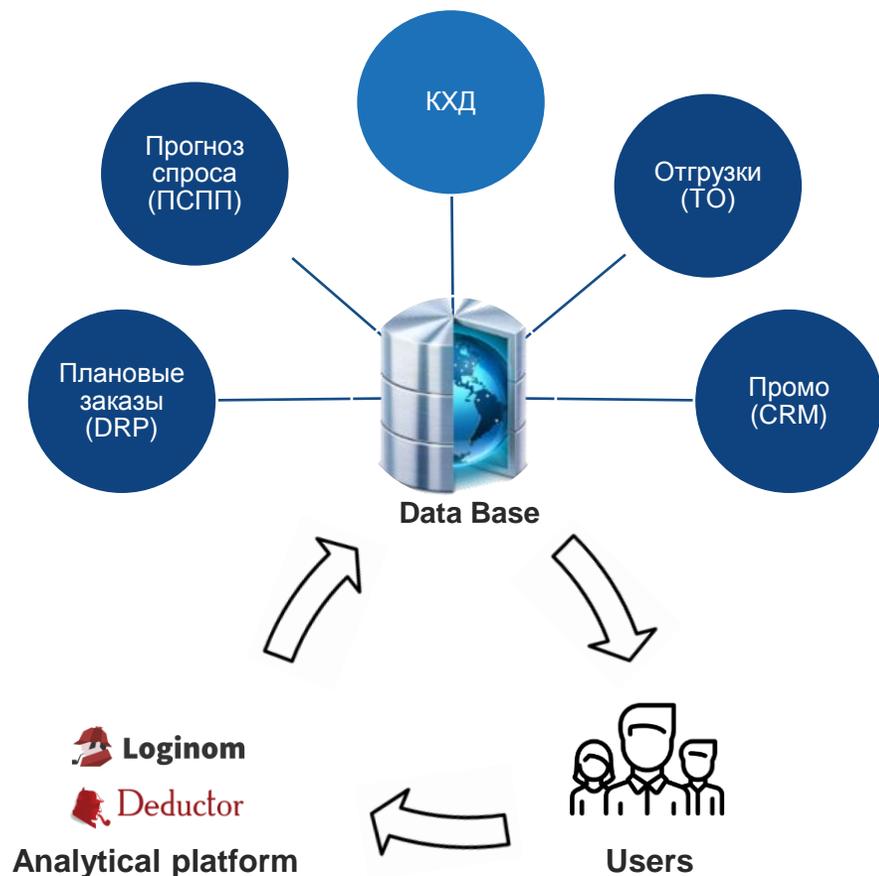
Пивоваренная компания «Балтика»



Моделирование процесса и формирование отчетности. Архитектура будущего решения



Использование self-service инструментов на примере Loginom/Deductor

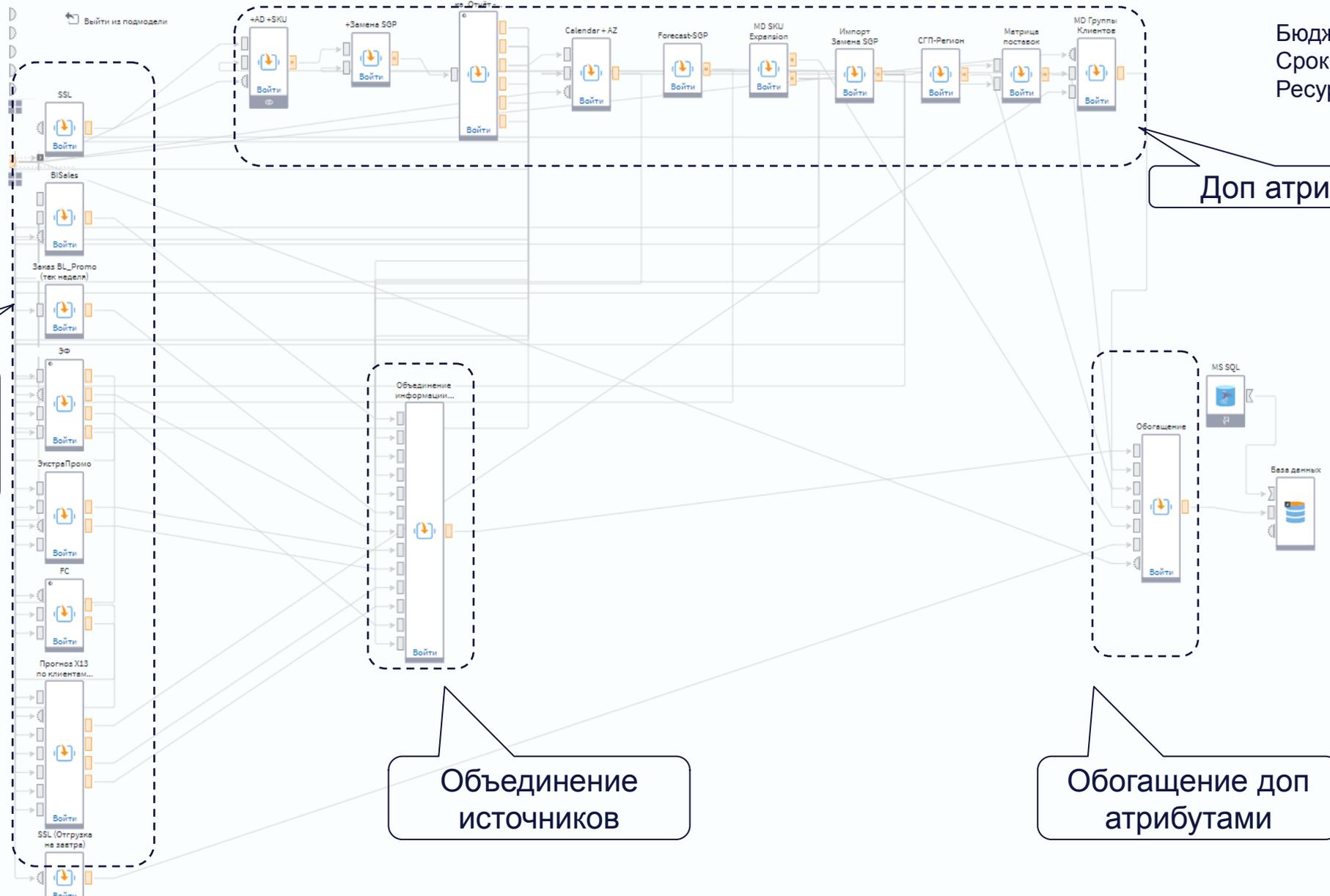


Использование аналитической платформы:

- ✓ 20+ штатных выгрузок:
 - Справочники MD
 - Данные из ERP: CRM, TO, DRP (T-SQL, MDX, DAX)
- ✓ Data Governance:
 - Проверка качества данных
 - Зоны ответственности по всем источникам данных (RASCI)
- ✓ Моделирование процессов/отчетов
 - Аналитическая отчетность
 - Рекомендательная аналитика для корректировки промо плана
 - ETL процессы по очистке и преобразованию данных с целью дальнейшего моделирования процессов

Пример 1. Отчет «Единый отчет по выборке»

Бюджет < 200 т.р.
Сроки – 1-2 мес
Ресурсы – Аналитик КС



- Импорт из БД
- Фильтрация данных
- Группировка

Объединение источников

Обогащение доп атрибутами

Пример 2. Отчет «Промо выборка»

Бюджет < 100 т.р.
Сроки – 2-3 мес
Ресурсы – Аналитик КС

Создание рабочего инструмента

Before

- Нет оперативного понимания заказа/факта по выбранной промо активации
- Несвязанные источники данных для анализа промо заказов / промо выборки
- Высокие трудозатраты на анализ причин переборов и недоборов промо акций

After

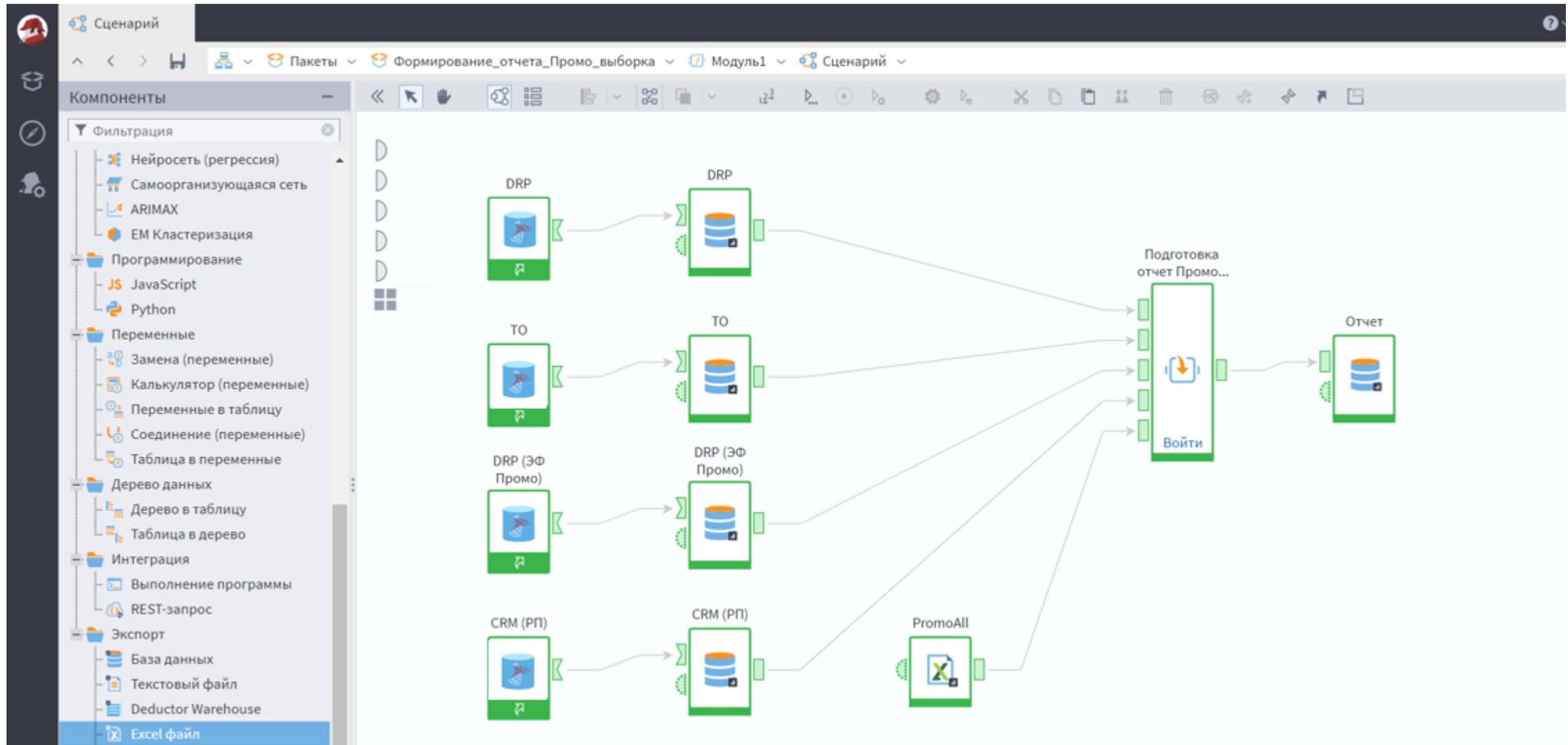
- Создан автоматический алгоритм оперативной идентификации промо заказов/отгрузок
- Совместно с ИТ для автоматизации формирования отчетности настроена ежедневная выгрузка требуемых данных (из DRP, CRM, ПСПП) в доступную БД
- Написан алгоритм связки данных в Loginom /Deductor, в соответствии с которым формируется готовый ежедневный отчет по промо выборке

Пример 2. Промо выборка (отчетность)

Создание рабочего инструмента

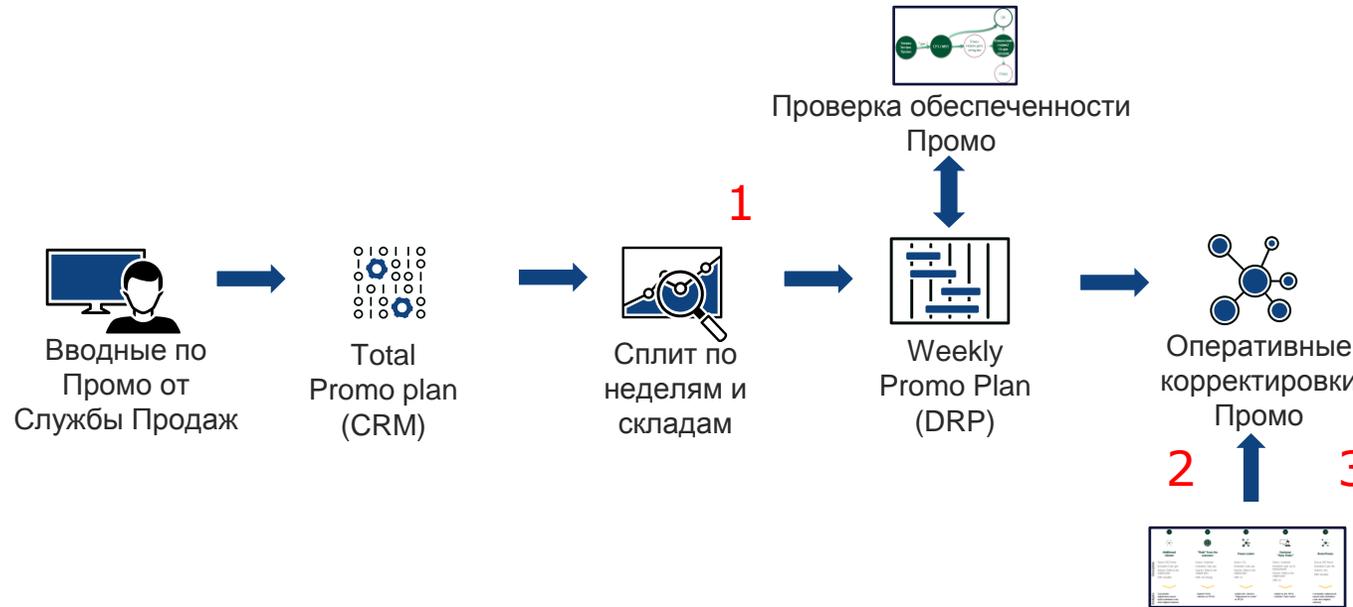
Performance	Before	After
Идентификация промо в заказе	Аналитика пост-фактум	Аналитика ежедневно и чаще (по запросу)
Связаны все требуемые данные в единой отчетности	Длительное формирование отчета (1 день)	Сокращение времени на формирование отчета (30 минут)
Оперативные корректировки переборов и недоборов по промо	Наиболее крупные/объемные для компании акции	Все акции с фокусом на наиболее критичные

Пример 2. Схема формирования отчета «промо выборка»



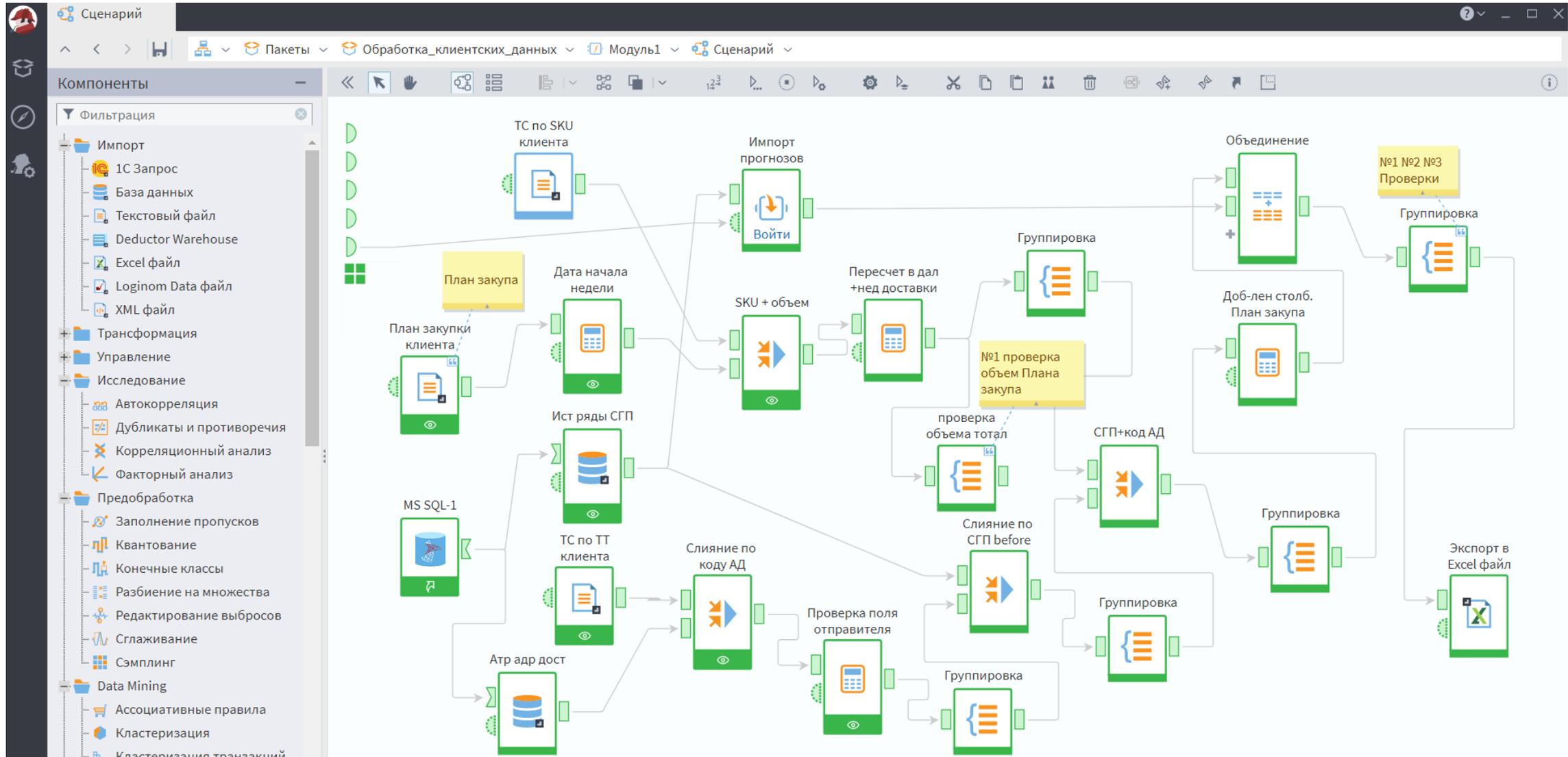
Пример 3. Использование аналитической платформы при работе с данными по Промо. Обработка клиентских данных

Бюджет < 100 т.р.
Сроки – < 2 мес
Ресурсы – Аналитик КС +
Прогнозирование



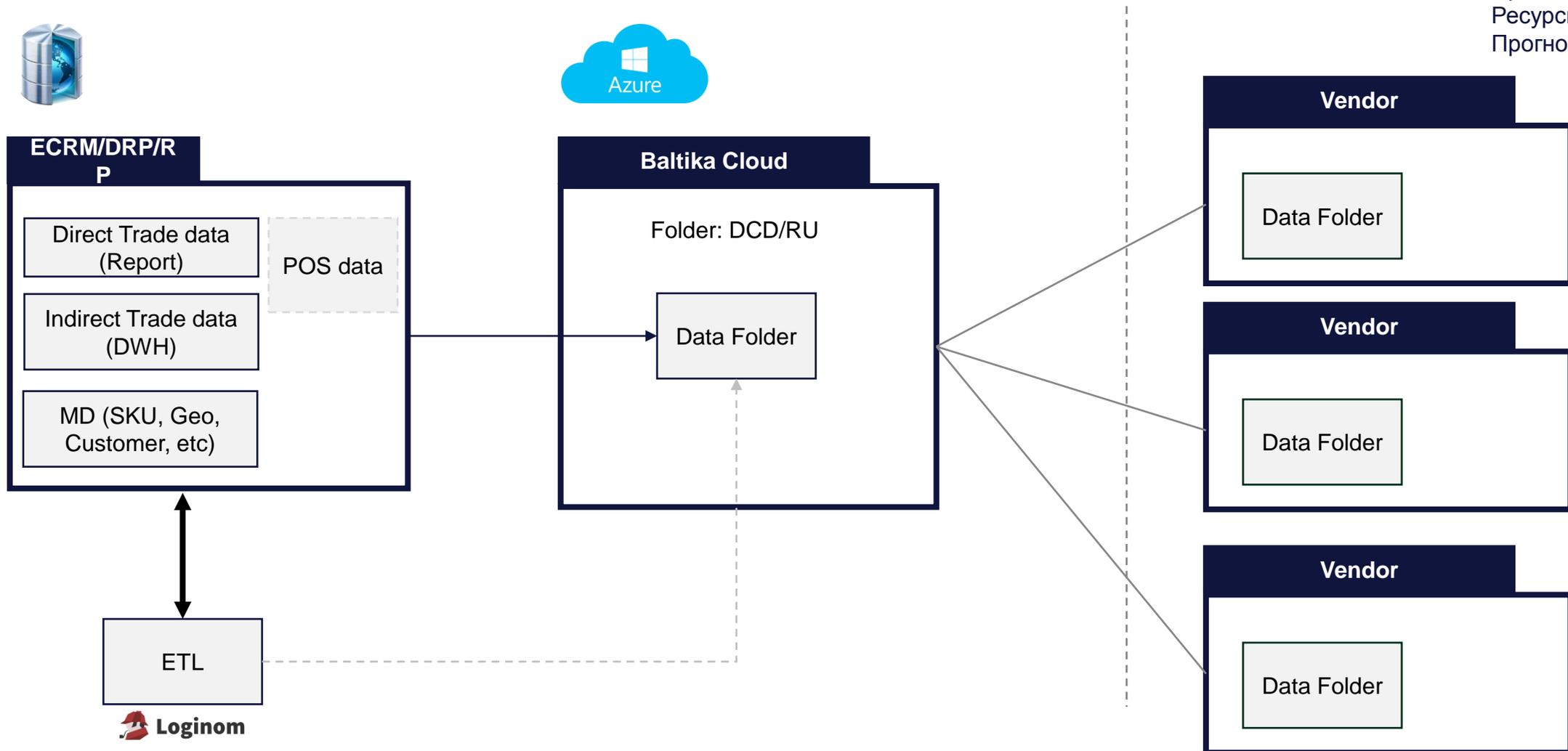
Процесс	(1) Сплит Промо по неделям и Складам	(2) Сдвиг/Перенос невыбранных промо объемов	(3) Корректировка промо плана под дополнительную информацию от клиента
Статус	Перевод из Deductor в Python	Deductor	Deductor/Loginom

Пример 3. Сценарий «корректировка промо плана под дополнительную информацию от клиента»

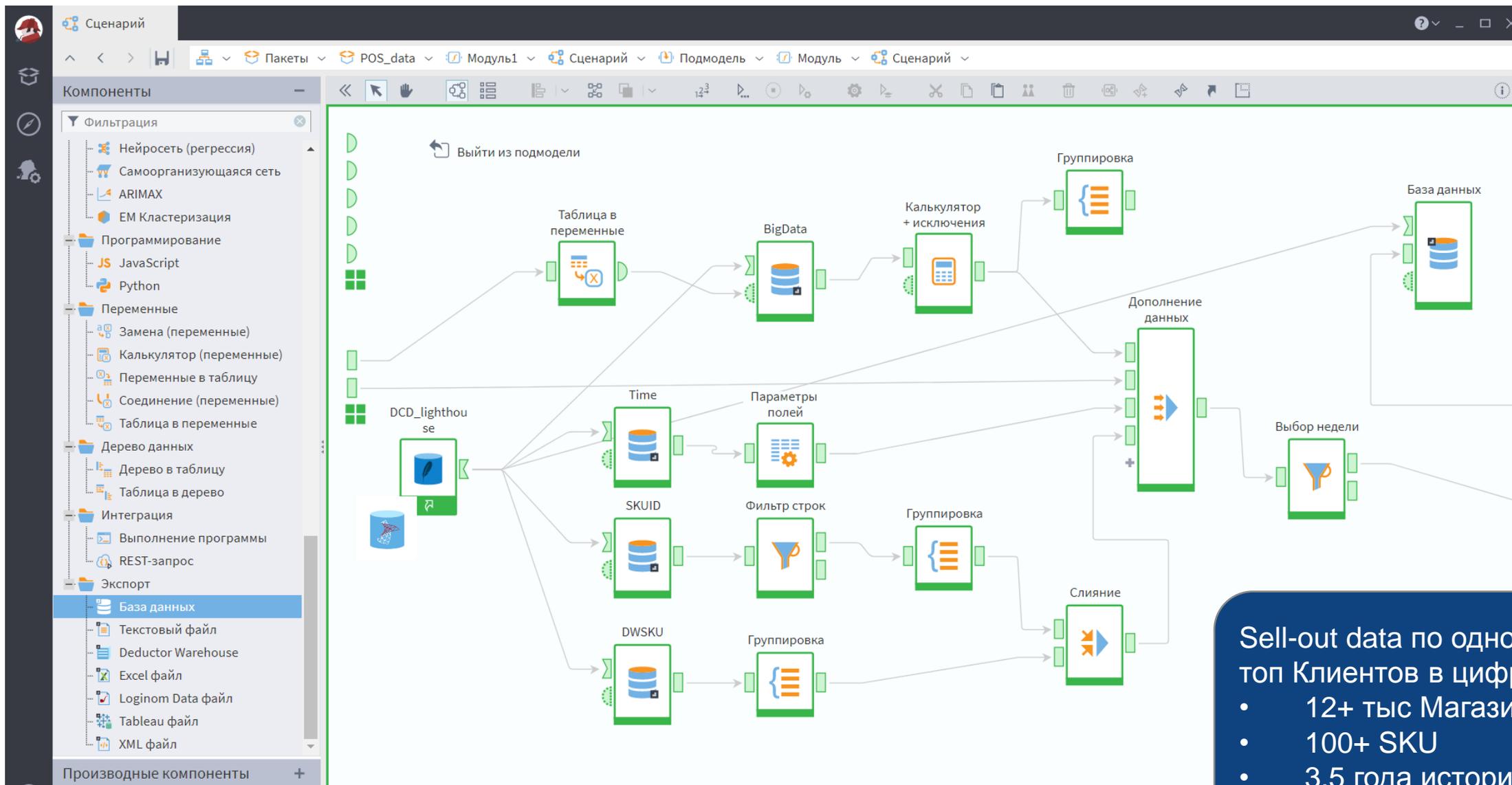


Пример 4. Подготовка и проверка данных для пилота - прогнозирование спроса

Бюджет до 100 т.р.
Сроки – 3 нед
Ресурсы – Аналитики КС +
Прогнозирование



Пример 4. POS data (один клиент)

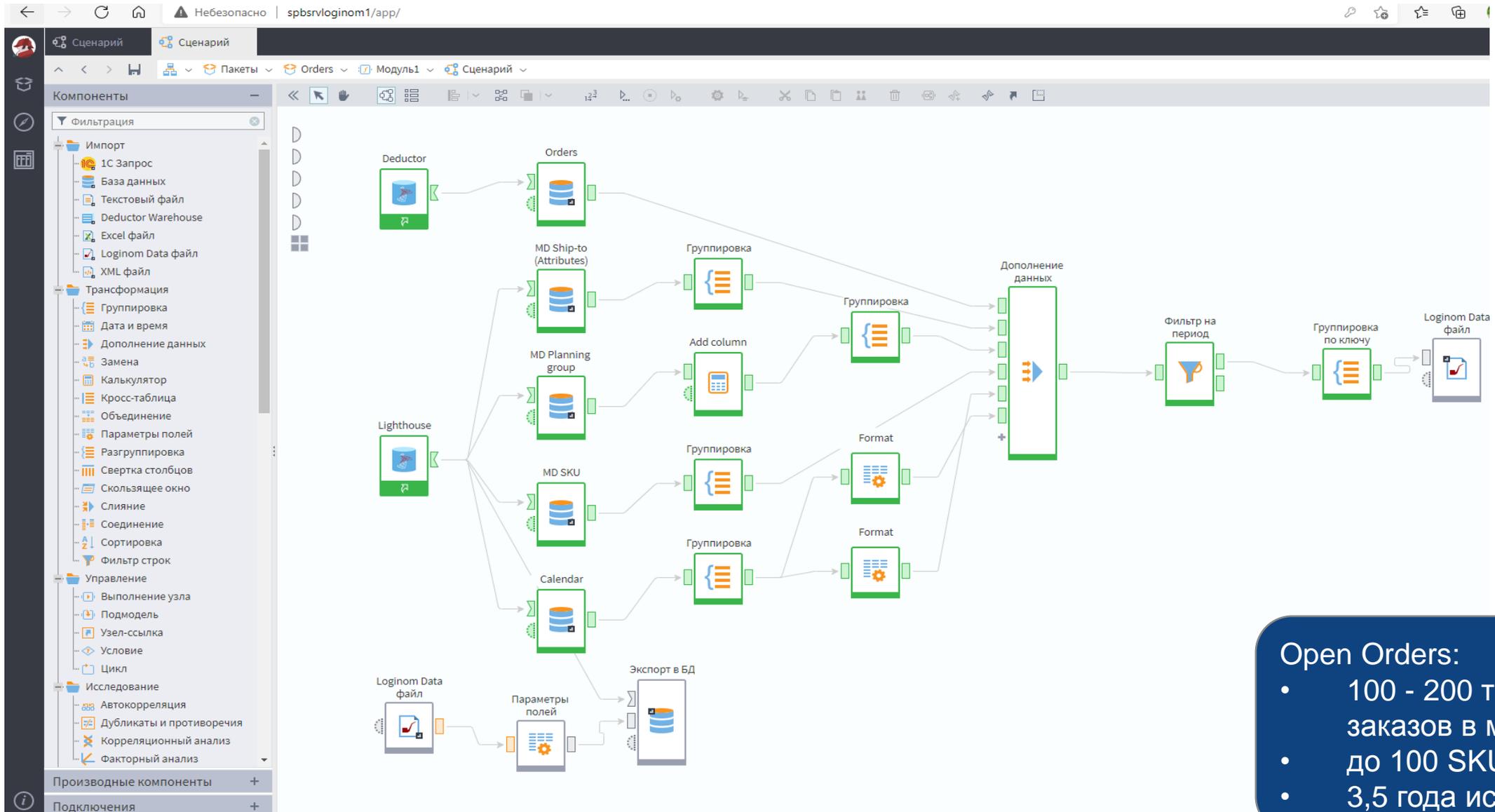


*POS – Point of Sales Data

Sell-out data по одному из топ Клиентов в цифрах:

- 12+ тыс Магазинов
- 100+ SKU
- 3,5 года истории

Пример 4. Open orders



Open Orders:

- 100 - 200 тыс заказов в месяц
- до 100 SKU в заказе
- 3,5 года истории

- Задачи – автоматизированная отчётность, подготовка данных (ETL), рекомендательная аналитика
- Бюджет – незначительный, либо отсутствует
- Сроки – 1-3 месяца, либо «завтра».
- Ресурсы – аналитики бизнес функций

