



MARKETING INVESTMENT GROUP



Microsoft Dynamics NAV

Analiza wdrożenia

Rewolucja w Marketing Investment Group dzięki Microsoft Dynamics NAV z rozwiązaniem LS Retail

Podsumowanie

Kraj: Polska

Sektor: Sprzedaż, import, detal w zakresie towarów sportowych

Profil Klienta

Firma Marketing Investment Group jest wyłącznym przedstawicielem kilku światowych marek sportowych - zajmuje się importem, sprzedażą hurtową i detaliczną oraz marketingiem tych produktów. Jej działalność obejmuje całą Polskę.

Rozwiązanie

Microsoft Dynamics NAV

50 użytkowników

Rozwiązanie branżowe: LS Retail

Wdrożenie realizowała firma IT.integro - Partner Roku Microsoft Dynamics NAV.

Korzyści

- Integracja działań spółek w ramach Grupy;
- Centralne zarządzanie sklepami, ich magazynami i promocjami dzięki LS Retail;
- Dogłębne analizy biznesowe, ze szczególnym uwzględnieniem branży odzieżowej;
- Wymiana danych poprzez EDI ze swoimi kontrahentami.
- Automatyczne zatowarowanie sklepów - 'replenishment'

Marketing Investment Group to 20 lat doświadczenia na rynku sprzedaży detalicznej.

Firma stworzyła największą na polskim rynku platformę sprzedaży marek sportowych i lifestylowych. MIG jest wyłącznym dystrybutorem marek Timberland, Umbro, Mizuno, Bench, linii obuwniczej Lacoste oraz właścicielem sieci salonów Sizeer i Ten Sport, sieci outletowej 50 Sport oraz Centrum Zaopatrzenia Pro - Game. Sieć sprzedaży MIG obejmuje obecnie kilkaset punktów handlowych, zorganizowanych zarówno w ramach własnej sieci detalicznej, jak i rozbudowanej sieci placówek partnerskich i dystrybucji hurtowej.

Wraz z rozwojem oferty firmy, a co za tym idzie znacznie większą ilością towarów, wydajność pojedynczych systemów okazała się niewystarczająca. Konieczne stało się wprowadzenie systemu, który będzie automatyzował powtarzalne i odtwórcze procesy biznesowe. Celem był wybór takiego systemu, który nie będzie wymagał od firmy angażowania nadmiernych środków finansowych na wdrożenie i utrzymanie oraz będzie pozwalał na modularne podejście do biznesu. Firma postawiła na innowacyjność zarówno w zakresie metod zarządzania, jak i stosowanych narzędzi. Poszukiwania zakończyły się sukcesem, kiedy Marketing Investment Group zapoznała się z możliwościami systemu ERP - Microsoft Dynamics NAV.

Obecnie Marketing Investment Group zarządza niemal 120 sklepami (własnymi i depozytowymi) i wydajnie wykorzystuje w tym zakresie rozwiązanie branżowe LS Retail - Microsoft Dynamics NAV. Pozwoliło ono firmie na wprowadzenie centralnego zarządzania promocjami, użytkownikami oraz terminalami POS, a z drugiej strony zbieranie bieżących informacji o wynikach sprzedaży.

Dzięki LS Retail - Microsoft Dynamics NAV wprowadzono także opcję automatycznego zatowarowania sklepów - 'replenishment'. System sam - na podstawie analizy obecnych stanów magazynowych sklepu i historii sprzedaży - oblicza zapotrzebowanie na uzupełnienie zapasów z magazynów centralnych, następnie generuje dokumenty zlecające wykonanie odpowiednich ruchów towarowych. Dokonana automatyzacja procesów uprościła i zmniejszyła nakład pracy centrali. W efekcie otwarcie kilku nowych sklepów nie wymaga obecnie zatrudniania dodatkowych osób do obsługi administracyjnej.



Sytuacja firmy

Historia Grupy sięga roku 1989, kiedy powstała pierwsza z funkcjonujących w jej strukturze spółek - ZG Plus Trading Company.

Od samego początku działalność firmy skoncentrowana była na sprzedaży markowych produktów sportowych (Activ, Kelme, Head, Lotto, Puma i Fila).

Przełomowy dla ZG Plus okazał się rok 1996, kiedy firma zdecydowała się na samodzielny import i rozszerzyła ofertę o kolejne brandy.

Dwa lata później nadchodzi kolejny przełom. W roku 1998 udziałowcy zakładają Marketing Investment Group Sp. z o.o.. Firma podpisuje umowę franczyzową z międzynarodową siecią sklepów sportowych The Athlete's Foot. Cztery lata później dzięki stałej ekspansji na polskim rynku w posiadaniu MIG znajduje się już kilkadziesiąt butików w największych miastach kraju. Rozpoczęcie kolejnego etapu w historii firmy wyznacza podpisanie w 2002 roku umów na wyłączne przedstawicielstwo z globalnymi markami: UMBRO, Timberland i Asics. Dynamiczna struktura MIG ciągle ewoluuje.

Od 2009 roku firma jest wyłącznym dystrybutorem na Polskę linii obuwniczej Lacoste, japońskiej marki Mizuno oraz brytyjskiej marki Bench. Powstaje również nowy koncept multibrandowy Ten Sport.

Ciągły rozwój firmy i znajdującej się w jej posiadaniu sieci handlowej wymagał jednolitego i szybkiego systemu wspomagającego zarządzanie Grupą w każdym aspekcie działalności.

Wyzwanie

Firma Marketing Investment Group od samego początku doceniała znaczenie użycia narzędzi informatycznych wspomagających zarządzanie procesami biznesowymi. Potrzeby rosły wraz z rozwojem firmy. Przejście od pojedynczych, nie zintegrowanych rozwiązań operujących na różnych systemach do zintegrowanych systemów zapewniających kompleksową obsługę na wszystkich polach działalności zdaje się być naturalną konsekwencją tego rozwoju. W swojej dotychczasowej działalności MIG wykorzystywała system autorski stworzony przez współpracującego z firmą informatyka.

Rozwijany był on stopniowo, aż objął swoim działaniem 60 sklepów, wówczas jego możliwości efektywnej pracy i przetwarzania danych wyczerpały się. Doświadczenia zdobyte podczas rozbudowy i pracy w dotychczasowym systemie, stanowiły załączek pomysłu o wdrożeniu ERP.

Wzrost ilości dystrybuowanych marek, dynamiczny rozwój sieci handlowej i znaczne zwiększenie ilości transakcji doprowadziły do nieefektywności stosowanego rozwiązania i obsługiwanych nim procesów. Ponadto do obsługi tylu placówek nie wystarczała już ręczna aplikacja danych. Konieczne stało się wprowadzenie systemu, który będzie automatyzował powtarzalne i odtworcze procesy biznesowe.

Przyrost ilości transakcji oraz obrotów wymusił wprowadzenie funkcjonalności dającej możliwość wnikliwej, wieloczynnikowej analizy, której posiadane pierwotnie systemy nie zapewniały.

Wzrost obrotów, potrzeba większej dynamiki w obsłudze przepływów towarowych sprawiły, iż MIG zdecydował się zlecić obsługę części procesów logistycznych zewnętrznym partnerom. Wymaganiem outsourcingu była jednak pełna integracja procesów biznesowych i ciągła kontrola informacji o realizacji zleconych zadań.

Ze względu na powyższe czynniki Marketing Investment Group zdecydowała się na znalezienie rozwiązania informatycznego w pełni zaspokajającego potrzeby firmy. Uwzględniając przewidywany wzrost działalności spółki, firma postanowiła wybierać między systemami, które będą mogły szybko i niewielkim nakładem kosztów być dostosowane do zmieniających się potrzeb rynku.

Celem był wybór takiego systemu, który nie będzie wymagał od firmy zaangażowania nadmiernych środków finansowych na wdrożenie i utrzymanie oraz będzie pozwalał na modularne podejście do biznesu.

Modularność miała zagwarantować łatwość w uruchamianiu kolejnych kanałów dystrybucji zarówno hurtowej jak i detalicznej.

„Rosnąca skala działalności, potrzeba pełnej integracji procesów w ramach i poza Grupą, oraz palące potrzeby szybkiej i dokładnej analizy danych w konkurencyjnym otoczeniu zrodziły ideę implementacji nowoczesnego systemu ERP - Microsoft Dynamics NAV”

Krzysztof Nitsch - Pełnomocnik Zarządu, Marketing Investment Group



„Podczas dokładnej analizy wachlarza rozwiązań ocenialiśmy: bogactwo funkcjonalności, stabilność, skalowalność, elastyczność w rozbudowie oraz nakłady finansowe potrzebne do implementacji i utrzymania nowego systemu. Nasz wybór padł na Microsoft Dynamics NAV uzupełniony o moduł LS Retail.”

Krzysztof Nitsch - Pełnomocnik Zarządu, Marketing Investment Group

Rozwiązanie

Poszukiwania zakończyły się sukcesem, kiedy Marketing Investment Group zapoznała się z możliwościami systemu ERP - Microsoft Dynamics NAV.

Do zainwestowania właśnie w ten system przekonała zarząd jego skalowalność, stabilność, dostępność zasobów - czyli wielość partnerów oraz rozsądne ceny usług. Kluczowe okazało się posiadanie przez system firmy Microsoft w swojej standardowej wersji funkcjonalności, które aż w 80% pokrywały zapotrzebowanie MIG. Dużą rolę w wyborze NAV odegrało też posiadanie specjalnego rozwiązania dodanego dedykowanego obsłudze sieci detalicznych - LS Retail.

-To właśnie LS Retail - okazało się pomocne przy rozwiązaniu dużej ilości problemów Grupy. Skupiono się na kluczowych obszarach w działalności handlowej - poprawie zdolności analizy generowanych przez działalność danych, automatyzacji powtarzalnych procesów, integracji z systemami w ramach grupy oraz z partnerami zewnętrznymi.

MIG zakupił licencję na 50 użytkowników w wersji Microsoft Dynamics NAV 4.0 SP3. Po wnikliwej analizie wymagań, w pierwszej kolejności firma postanowiła wdrożyć podstawowe funkcjonalności: finansów, zaopatrzenia, logistyki, zarządzania magazynem oraz bardzo ważne dla codziennej działalności integracje z systemami zewnętrznymi partnerów spółki. Po uruchomieniu powyższych modułów rozpoczęto prace nad wdrożeniami stanowisk POS opartych o LS Retail. Kilka pilotażowych instalacji dowiodło skuteczności rozwiązania i MIG zainstalował nowe terminale POS w ponad 100 sklepach.

Korzyści

System Microsoft Dynamics NAV został tak zaprojektowany, aby rozwijał się wraz z przedsiębiorstwem i potrzebami konkurencyjnego rynku.

Przede wszystkim MIG wprowadził spójny, ujednoczony system zarządzania danymi podstawowymi w firmie. Rozbudowane moduły analityczne dają nowe możliwości śledzenia i badania istotnych dla firmy danych. Dzięki temu projektowi wprowadzono ściślejszą integrację procesów w całej grupie (składającej się z 3 odrębnych podmiotów) i doprowadzono do odpowiedniego rozdzielenia ich na miejsca odpowiedzialności.

Ponadto wszelkie procesy powtarzalne zostały w znacznym stopniu zautomatyzowane.

Dla każdej firmy handlowej odpowiednia analiza swoich obrotów i kosztów, a więc i osiągniętej marży i zysku jest kluczem działalności. W przypadku MIG jest podobnie. IT.integro uruchomiło rozwiązania analityczne w oparciu o serwery SQL, które pozwalają na szybką i bieżącą analizę wprowadzanych do systemu danych. Wdrożony system ERP stanowi też podstawowe źródło aktualnej i dokładnej informacji dla rozwijanych obecnie przez MIG rozwiązań klasy BI.

Obecnie Marketing Investment Group zarządza niemal 120 sklepami (własnymi i depozytowymi) i wydajnie wykorzystuje w tym zakresie rozwiązanie LS Retail. Pozwoliło ono firmie na wprowadzenie centralnego zarządzania promocjami, użytkownikami oraz terminalami POS. Modyfikacja słowników zapasów, cenników, promocji, konfiguracji funkcjonalności terminali odbywa się w sposób jednolity w centrali, następnie, poprzez replikację danych (dokonywaną się najczęściej w nocy, żeby nie zakłócać pracy sklepów) jest przekazywana do końcowych urzędzeń w sklepach, które następnego dnia są gotowe do pracy już z aktualnymi danymi. Dane są także przekazywane w drugą stronę - czyli ze sklepów do centrali, dzięki czemu ma ona bieżące informacje o wynikach sprzedaży.

Dzięki LS Retail wprowadzono także opcję automatycznego zatowarowania sklepów - 'replenishment'. System sam - na podstawie analizy obecnych stanów magazynowych sklepu i historii sprzedaży - oblicza zapotrzebowanie na uzupełnienie zapasów z magazynów centralnych, następnie generuje dokumenty zlecające wykonanie odpowiednich ruchów towarowych.

Dokonana automatyzacja procesów uprościła i zmniejszyła nakład pracy centrali. W efekcie otwarcie kilku nowych sklepów nie wymaga obecnie zatrudniania dodatkowych osób do obsługi administracyjnej.

Więcej informacji

Informacje na temat produktów i usług Microsoft można uzyskać kontaktując się z polskim oddziałem firmy:

Microsoft Sp. z o.o.
Al. Jerozolimskie 195 A
02-222 Warszawa
Tel. +48 (22) 594 10 00
Faks +48 (22) 594 14 01
<http://www.microsoft.com/poland/dynamics>

Informacje na temat produktów i usług

IT.integro
ul. Ząbkowicka 12
60-166 Poznań
tel.: 0 61/ 861 43 51
fax: 0 61/ 867 33 51
office@it.integro.pl
<http://www.IT.integro.pl>

© 2007 Microsoft Corporation. Wszystkie prawa zastrzeżone.

Niniejsze studium przypadku służy wyłącznie celom informacyjnym. SFORMULOWANIA W NIM ZAWARTE, ANI WNIOSKI Z NICH WYNIKAJĄCE, NIE OZNACZAJĄ ŻADNYCH GWARANCJI ZE STRONY MICROSOFT CORPORATION.

Microsoft, Navision, Windows Server System są albo znakami towarowymi Microsoft Corporation, albo zastrzeżonymi znakami towarowymi zarejestrowanymi w USA lub (i) w innych państwach.

Aktualne nazwy przedsiębiorstw i produktów wymienionych w tekście opracowania mogą być zastrzeżonymi znakami towarowymi ich właścicieli.



Wykorzystując technologię EDI MIG już zaczął wprowadzać integrację swojego systemu z systemami odbiorców i dostawców, w zakresie wymiany zamówień zakupu i faktur. W planach jest dalsza rozbudowa i pogłębianie integracji B2B.

System wspiera również wymianę danych ze sklepem internetowym sklep.sizzer.com, tak aby znajdowały się tam zawsze aktualne dane, a zarejestrowane zamówienia były obsługiwane sprawnie w zintegrowanym środowisku ERP.

IT.integro pracuje obecnie nad wprowadzeniem zaawansowanych funkcji rabatowania oraz systemów lojalnościowych. Jest to konieczne, żeby skutecznie przyciągać do swoich sklepów klientów indywidualnych tworząc dla nich spersonalizowaną ofertę.

Marketing Investment Group wiąże z wdrożonym systemem Microsoft Dynamics NAV i rozwiązaniem LS Retail dalsze plany rozwoju. Na bazie informacji gromadzonych w systemie wdraża obecnie funkcjonalności Business Intelligence, oraz zaawansowane narzędzia wspierające procesy planowania i kontrolingu. Nie zaprzestaje również w dalszym pogłębianiu automatyzacji swoich procesów.

Microsoft Dynamics

Microsoft Dynamics jest rodziną zintegrowanych, adaptowalnych rozwiązań wspierających zarządzanie. Rozwiązania te pomagają menedżerom i pracownikom firm w podejmowaniu decyzji biznesowych. Microsoft Dynamics działa tak, jak powszechnie znane oprogramowanie Microsoft, na przykład Microsoft Office, co oznacza łatwiejszą i szybszą naukę obsługi systemu przez pracowników i pozwala skoncentrować się na rzeczach istotnych dla prowadzenia biznesu. Automatyzując i optymalizując procesy związane z finansami, relacjami z klientem i łańcuchem dostaw, Microsoft Dynamics łączy i zbliża ludzi, procesy i technologie, zwiększając produktywność i efektywność prowadzonej działalności i pomaga osiągnąć sukces w biznesie.

IT.integro

Jesteśmy firmą handlowo-usługową działającą na polskim rynku IT od 17 lat. Oferta firmy obejmuje nowoczesne rozwiązania informatyczne (m.in. system wspomagający zarządzanie przedsiębiorstwem - Microsoft Dynamics NAV oraz Dynamics AX, system wspomagania relacji z klientami Microsoft Dynamics CRM oraz system Gardens - Ogrody Rozwiązań Informatycznych) oraz integrację systemów informatycznych.

O naszej pozycji na polskim rynku informatycznym przemawia kolejny tytuł Najlepszego Partnera Roku 2009 w rozwiązaniach biznesowych Microsoft Dynamics oraz członkostwo w elitarnym klubie Microsoft Dynamics President's Club.

IT.integro posiada najliczniejszy zespół i największą liczbę wdrożeń Microsoft Dynamics Nav w Polsce!



łączymy to,co ważne