

Soluciones aplicadas



Grupo Idea optimiza su marketing con Cognos PowerPlay

La inteligencia de negocio ya no es un aspecto ajeno para el Grupo Idea, uno de los principales distribuidores españoles de electrodomésticos. La compañía ha optado por optimizar todos sus procesos de negocio con las soluciones BI de Cognos, con funcionalidades que han incrementado el rendimiento global de la sede de Levante, que da cobertura a Cataluña y Valencia. La idea es que este sistema acabe incorporándose también en las oficinas de Madrid.

Ángel Gallego

El grupo disponía de un ERP basado en iNIX que hacía muy difícil la interconexión con otras herramientas, "que permitían ver la información en pantalla pero nunca podíamos trabajar con ella y como todo se registraba en un único servidor de producción... se saturaba", según reconoce Iván Gilabert, responsable de TI del grupo Idea en Cataluña (Regisa). Lo más llamativo de esta implementación es la forma en que Cognos se comenzó a valorar como una opción válida para acabar con una aglomeración de datos que se perdían en la ineficacia. Gilabert comprobó que "los propietarios del ERP con que trabajábamos (Ibertema, Ibérica de Servicios) dejaron por allí una versión 3.5 de Cognos y comencé a leerme el manual y vi que no era muy complicado. Busqué un profesio-

nal y me informé acerca de cursos sobre este sistema".

Asimismo, el departamento de Sistemas no contempló otros productos de BI, al encontrarse cómodos descubriendo las posibilidades que ofrecía aquel hallazgo, cuando la versión 6 de ese mismo software ya estaba en el mercado.

Unificar los sistemas de Madrid y Levante es la meta que afrontan las dos principales sedes de Idea. Para ello, el primer paso fue la implantación de PowerPlay, "que nos da un soporte increíble, ventajas como poder estar hablando con alguien y ver datos en pantalla en tiempo real sobre los temas que vamos tratando", en palabras de Gilabert.

El director de Marketing de la cadena buscaba a su vez una herramienta que combinase información de manera muy rápida, con la ventaja añadida de que no fuese necesario ejecutarse en el servidor. De esta manera, su departamento gestionaría y distribuiría la información sin necesidad de recurrir al departamento de sistemas. Estas funcionalidades demandadas se incluyen en los cubos de Cognos (mini bases de datos), que reflejan exactamente la información que figura en la base, detecta incorrecciones y elimina datos obsoletos.

Adiós, Excel

"Así, construimos la base con la información que nos interesa. La principal ventaja es que no tienes que montar consultas. Puedes coger una hoja de Excel sin acceder cada vez a la base principal (del proveedor Informix), entras en la aplicación y escoges las dimensiones que deseas", explica Gilabert, que comprobó que los informes estáticos de las consultas SQL o Excel, tan difíciles de construir iban a pasar a la historia.

Los usuarios de Idea han percibido que PowerPlay es muy



"El beneficio número uno de PowerPlay es controlar: "Hoy no he vendido, dónde no he vendido y qué no he vendido; saber eso no tiene precio para una empresa comercial"

fácil de utilizar porque es intuitivo. El director comercial puede trabajar combinando datos y comprobar en qué líneas hay pérdidas, con qué vendedor se dan, etc., respondiendo a preguntas como "¿Estamos aprovechando los descuentos de los proveedores?, ¿es adecuado mi nivel de stock?".

La formación básica para comenzar a trabajar con esta herramienta analítica es muy sencilla, "vas navegando y aprendes a base de 'clicks'. Cognos tiene cursos oficiales de un día, al día siguiente ya puedes trabajar", asegura Gilabert, que resume la principal ventaja de la implantación en facilidad para controlar el negocio: "Hoy no he vendido, dónde no he vendido y qué no he vendido; saber eso no tiene precio para una empresa comercial".

Segunda fase

La implantación de PowerPlay se encuentra ya en la segunda fase, pero al seguir trabajando con Ibertema, "comprobamos que cualquier cambio nos resultaba carísimo, por lo que empezamos a valorar otras opciones", apunta Gilabert. La primera fase

del trabajo se completó en diez días y fue llevada a cabo por el propio responsable de TI, un consultor de Iteva, partner de Cognos y un jefe de proyecto.

Actualmente, trabajan directamente con PowerPlay en Cataluña, donde están convencidos de que, con el tiempo, lo podrán extender a cada una de las 17 tiendas, con el objetivo de agilizar el trabajo de los product managers. Idea tiene en mente también extender este servicio a la sede de Madrid y al resto de tiendas (más de 40) extendidas por todo el territorio nacional.

Esta segunda fase es un "proyecto ambicioso" que el Grupo Idea espera culminar dentro de dos años. Para ello, están valorando las posibilidades de Enterprise Server, un servidor para conectarse vía web, que "permite acotar la visión de datos a cada gerente de tienda, y saber hacer uso efectivo de fórmulas de venta como el descuento o conocer el porcentaje de financiación en cada tienda, que no podrían pasar del uno por ciento", explica Gilabert.

Marketing será el principal departamento beneficiado de

PowerPlay, disfrutará a medio plazo también del Enterprise Server y las próximas implantaciones de software correrán sobre máquinas HP, lo que contribuirá a la unidad tecnológica de ambas sedes. "Disponemos también de un servidor de dominio, HP ML350 SR, donde se ejecuta PowerPlay, mientras que el ERP corre actualmente en otra máquina HP sobre Itanium II", según Gilabert.

Otro de los cambios principales que afrontará Idea es el cambio de ERP, para lo cual las conversaciones con SAP ya se encuentran muy avanzadas. La cadena de distribución de electrodomésticos no cuenta con un presupuesto de tecnología fijo, según informa su responsable de TI: "existe un presupuesto general y en una empresa comercial es complicado hacerles ver que esto es una inversión, pero lo ven como un gasto y cuesta mucho trabajo... pero, en un principio, no veían con buenos ojos el PowerPlay y ahora no pueden vivir sin él. Es una cuestión de que el ejecutivo ve que con lo que tiene funciona, pero cuando se demuestra que las soluciones son válidas sí que apuestan por avanzar y por nuevos proyectos, aunque poco a poco", aclara.

La primera fase de implantación de PowerPlay se completó por 21.000 euros hace cinco años y el mantenimiento es muy económico, sobre todo teniendo en cuenta los beneficios que reporta, "lo puede llegar a mantener un solo usuario", concluye, b