



## Любовь с первого взгляда. ГК «Магнат» увеличивает продажи с помощью QlikView

«Планов и идей благодаря QlikView так много, что вопрос остается только один: в каком порядке реализовывать все задуманное»

– Иван Шармин, бизнес-аналитик ГК «Магнат»



– Иван Шармин, бизнес-аналитик  
ГК «Магнат».

Группа компаний «Магнат» была основана в 1991 году и на данный момент является официальным дистрибьютором компаний Procter&Gamble, Mars, Pepsi и Wrigley и других. Помимо дистрибуции товаров «Магнат» оказывает широкий спектр логистических услуг. У ГК насчитывается более 20 представительств на территории Среднего и Нижнего Поволжья и Урала. В штате компании – более 2,5 тыс. сотрудников, ежемесячный оборот – более 1,5 млрд. рублей.

### Задача на «вчера»

Необходимость во внедрении системы бизнес-аналитики возникла в ГК «Магнат» в связи с ростом бизнеса компании и необходимостью анализировать данные, получаемые из региональных представительств,

использовавших различные ИТ-системы (например разные системы мобильных продаж, в зависимости от требований поставщиков).

«До внедрения QlikView системы аналитики по сути не было. Мы использовали стандартные отчеты из системы 1С, «крутили» часть данных в сводных таблицах Excel и даже начали настраивать тестовый OLAP-куб, – рассказывает Иван Шармин, бизнес-аналитик ГК «Магнат». – К счастью, мы его в работу не запустили, так как вовремя познакомились с QlikView».

Требования к решению у ГК «Магнат» были достаточно высокими. Прежде всего, необходимо было получить быструю, удобную и понятную систему, которая позволила бы анализировать большие объемы данных, получаемых из разных источников. Причем проводить анализ хотелось в различных разрезах – это должно было позволить максимально оперативно влиять на продажи. «Кроме того, были и сопутствующие ИТ-задачи: потребность в отдельном модуле аналитики назрела «еще вчера», а требования к отчетности наша текущая система обеспечивала ценой значительных трудозатрат, которые необходимо было существенно сократить, – поясняет Иван Шармин. – Также,

**Компания**  
ГК «Магнат»

**Индустрия**  
Дистрибуция

**Функции**

- Продажи
- Управление цепями поставок

**География**  
Россия

**Задачи**

- Анализ больших объемов данных
- Объединение разрозненных аналитических данных
- Предоставление пользователям простого и удобного инструмента для работы с аналитикой
- Повышение контроля над продажами
- Снижение трудозатрат на составление отчетности

**Решение**

ГК «Магнат» благодаря использованию QlikView удалось увеличить продажи и добиться роста продуктивности работы торговых представителей.

**Партнер**

«Консультационная группа ATK»



Консультационная группа ATK  
ATK Consulting Group  
[www.atkcg.ru](http://www.atkcg.ru)

LABIM

LABIM



### Преимущества

- Короткие сроки внедрения
- Выход на окупаемость в течение года
- Интеграция данных из различных ИТ-систем
- Работа с большими массивами данных
- Простотой и удобный интерфейс

### Источники данных

- Различные версии 1С – от 7.7 до 8.2

### Результаты

- Сокращение времени на формирование типовых отчетов отдела продаж (не более 10 минут на 1 отчет).
- Увеличение объема продаж в канале традиционной торговли более чем на 5 % по сравнению с прошлым годом.
- Повышение продуктивности торговых представителей на 15 % (рост количества продуктивных визитов по сравнению с прошлым годом).



ввиду большого количества баз данных, был очень актуален вопрос объединения разрозненных данных в одной системе – учетные базы регионов Волги и Урала на тот момент велись параллельно, не зависимо друг от друга».

### История любви

В результате выбор был сделан в пользу платформы QlikView Business Discovery, однако специального исследования рынка BI-систем и их сравнения специалистами ГК «Магнат» не проводилось. Среди основных требований к системе бизнес-анализа на тот момент были максимально быстрая реализация проекта и выход на окупаемость в течение одного года. QlikView удовлетворяла этим требованиям.

«С QlikView нас впервые познакомил Сергей Покасов из компании «ФораФарм» в 2012 году: он рассказал о результатах применения системы в отделах продаж и логистики, – рассказывает Иван Шармин. – Еще тогда он «заразил» нас своим энтузиазмом, а функционал, который мы увидели в QlikView, на первый взгляд, показался чем-то нереальным. Тем не менее, нам понадобилось два года, чтобы «дозреть» до решения о запуске проекта. Детального сравнения с другими системами мы практически не проводили, хотя видели несколько рабочих OLAP-кубов и серьезную реализацию TIBCO Spotfire, интегрированную с SAP. И все же сказать, что мы выбирали между несколькими продуктами – нельзя. В каком-то смысле наши отношения с QlikView – это «любовь с первого взгляда», так как в течение двух лет с момента первого знакомства мы скорее искали возможности, чтобы запустить именно эту систему».

Окончательно решение о приобретении QlikView было принято в марте 2014 года, а уже в апреле было

начато сотрудничество с «Консультационной группой АТК» и «ЛАБИМ», которые помогли стартовать проект и обучить ключевых внутренних пользователей и разработчиков системы. Внедрение проводилось в четыре этапа. Сначала было создано хранилище данных о продажах, которые содержали историю продаж по дням за 3 года. Данный этап завершился в июле 2014 года. В рамках второго этапа, с августа по октябрь, были созданы аналитические отчеты в различных гибких разрезах и с высоким уровнем детализации.

Затем начался процесс создания типовых отчетов и дэшбордов для работы специалистов различных отделов ГК «Магнат». С ноября 2014 года по февраль 2015 года было создано 5 отчетов, до апреля 2015 года планируется подготовить еще 5. Одновременно с этим в феврале 2015 года стартовал этап настройки автоматической рассылки и публикации отчетов всем заинтересованным сотрудникам. Завершить работы в ГК намерены к апрелю 2015 года.

Параллельно технической части проекта решались и все организационные вопросы, такие как, например, обучение персонала, проработка бизнес-логики, проведение регулярных совещаний и совместного анализа отчетов.

Таким образом, QlikView используется для анализа продаж и сопутствующих показателей, а также управления товарными запасами – проводится анализ оборачиваемости товара, остатков и так далее. Из трёх основных типов приложений (Dashboard, Analysis, Reporting) в работе с товарными запасами используются все три типа, а в отношении продаж только два, исключая Dashboard, так как в

первую очередь сотрудники нуждались в инструменте анализа, а не визуализации.

Системой активно пользуются 14 топ-менеджеров компании, а также управленцы среднего звена, что подтверждает потребность именно в системе аналитики, а не отчетности.

### Основа для завтрашнего дня

Благодаря внедрению платформы QlikView в ГК «Магнат» удалось существенно увеличить скорость анализа продаж и товарных остатков. Сотрудники ГК получили возможность быстро (в несколько кликов) получать данные по текущей ситуации в продажах, сравнивать между собой различные периоды, углубляться в детали операций – вплоть до конкретных товаров, проданных в торговую точку. Это привело к 5-процентному увеличению продаж в канале традиционной торговли по сравнению с прошлым годом, а также росту продуктивности торговых представителей на 15 %.

Кроме того, удалось добиться сокращения времени, затрачиваемого на формирование отчетов сотрудниками отделов продаж – теперь на каждый отчет тратится не более 10 минут. Такие отчеты, как «Одностраничник по Заказчику» и «Ревью филиала» теперь формируются в считанные минуты, что дает возможность отделам продаж сфокусироваться на проблемных областях, найти новые возможности и быстро среагировать на изменение ситуации.

«Получение осязаемого эффекта от внедрения QlikView мы ожидали лишь с января 2015, так как в 2014 году занимались разработкой отчетов, – рассказывает Иван Шармин. – Однако первые результаты мы начали получать уже в октябре, когда стали регулярно использовать аналитические отчеты. Сейчас мы значимо сократили затраты на формирование отчетов и близки к цели по росту продуктивности торговых представителей. Как правильно измерить «влияние» QlikView на продажи – это отдельная тема для обсуждения, но отмечу кратко лишь то, что сейчас мы фиксируем ключевые решения, принятые менеджерами при работе с QlikView, и отслеживаем последующие эффекты от них. Например, анализ работы в последние два месяца показал падение по одной из категорий товаров в конкретном филиале, в результате чего мы запустили локальную промо-акцию и перевыполнили план продаж на 2%, при изначально прогнозируемом отставании от плана на 20%. Это показательный пример прямого влияния системы аналитики на продажи».

### На год вперед

Как отмечают в компании, появление QlikView и первых результатов проекта для отдела продаж вызвало активный интерес и у других служб, поэтому уже сейчас

рассматривается возможность применения системы во всех областях – от финансов и бухгалтерии до складской логистики.

«С учетом того, что даже в области продаж за время проекта наши «аппетиты» выросли чуть ли не вдвое (изначально планируемые 7 отчетов уже превратились в 15), то можно сказать, что мы только в начале пути, – оценивает Иван Шармин. – Конкретных планов еще нет, но это только потому, что ресурсы проектной группы ограничены и мы фокусируемся на качественной реализации текущих целей, направленных на рост продаж. Это для нас сейчас задача №1, которую и помогает решать QlikView».

После завершения текущего проекта в июне 2015 года продолжится развитие системы аналитики для отдела продаж, будут запущены несколько менее «масштабных» проектов, направленных на сокращение трудозатрат при формировании отчетов в других областях, а кроме того, будут изыскиваться возможности для увеличения количества лицензий для запуска еще одного большого проекта. Планируется использовать QlikView и на мобильных устройствах.

«Планов и идей благодаря QlikView так много, что вопрос остается только один: в каком порядке реализовывать все задуманное», – резюмирует Иван Шармин.

**«Анализ работы в последние два месяца показал падение по одной из категорий товаров в конкретном филиале, в результате чего мы запустили локальную промо-акцию и перевыполнили план продаж на 2%, при изначально прогнозируемом отставании от плана на 20%. Это показательный пример прямого влияния системы аналитики на продажи».**

– Иван Шармин, бизнес-аналитик ГК «Магнат»