

Реализованные задачи

Планирование продаж и управление продвижением

Проблемы

- Сложная организация отдела розничных продаж, состоящая из четырех подразделений по всему миру
- Несоответствие функционала систем обработки данных потребностям бизнеса
- Использование электронных таблиц для ситуативного анализа и детализации расчетов

Решение

- Облачные технологии для консолидации всех данных
- Обеспечение стабильности, согласованности и прозрачности рабочих процессов во всей организации
- Единый центр интеграции всех баз данных для управления продажами и финансами

Результаты одним взглядом

- Прогнозируемый 50% рост производительности достигнут всего через две недели после запуска
- Электронные таблицы заменены инструментами ситуативного анализа Anaplan
- Абсолютная уверенность в достоверности данных для принятия решений, связанных с промо-акциями.



Прозрачная система планирования продаж и управления продвижением с облачным решением Anaplan

Введение

Activision – крупнейший в мире разработчик и издатель видеоигр для консолей, мобильных устройств и компьютеров со штаб-квартирой в Санта-Монике (Калифорния) и годовым доходом в 4,5 млрд долларов. В июле 2013 года Activision объявила о своих планах отделиться от компании-учредителя Vivendi, чтобы получить возможность быстрее реагировать на изменения в динамично развивающейся индустрии компьютерных видеоигр. Сегодня в компании Activision работает более семи тысяч сотрудников по всему миру.

Поскольку Activision – это глобальный розничный дистрибьютор, основной задачей компании является эффективное планирование продаж и выполнение этих планов при помощи успешного управления продвижением продукции. Этот процесс состоит из мониторинга и утверждения расходов компании на промо-акции, т.е. финансовых затрат для поддержания продаж (например, скидки по спецпредложениям или место товара на полках в магазине). В прошлом компания управляла продвижением с помощью точечного решения – автоматизированной системы работы с данными. Этот



Нам больше не приходится работать с неудобными и ограниченными системами отчетности. Необходимые нам данные доступны в любой момент и именно в том формате, который максимально точно отвечает на поставленные вопросы.



инструмент использовался вплоть до первого квартала 2012 года, пока не дал сбой, не сумев предоставить важнейшие данные для закрытия квартала. Финансовый директор компании Патрик О'Брайен в самый ответственный момент оказался без критически важной информации. И тогда он задумался о поиске нового решения – такого, которое повысило бы эффективность розничной торговли и направило Activision по пути интеграции маркетинговых и финансовых систем.

Бизнес задача

Патрик никогда не был доволен работой системы, с помощью которой контролировались продажи в компании Activision. «Система не работала с некоторыми обновленными веб-браузерами, была крайне медленной, и в случае неполадок, – а они не были редкостью, – техподдержка также не отличалась оперативностью реагирования», – объясняет он. Но самым большим минусом был крайне ограниченный функционал для детализации прогнозов, подробного анализа или сценарного моделирования. Для выполнения этих задач пользователям приходилось экспортировать данные в Excel, а это весьма рискованный шаг, сулящий ошибки из-за ручной обработки информации разными людьми.

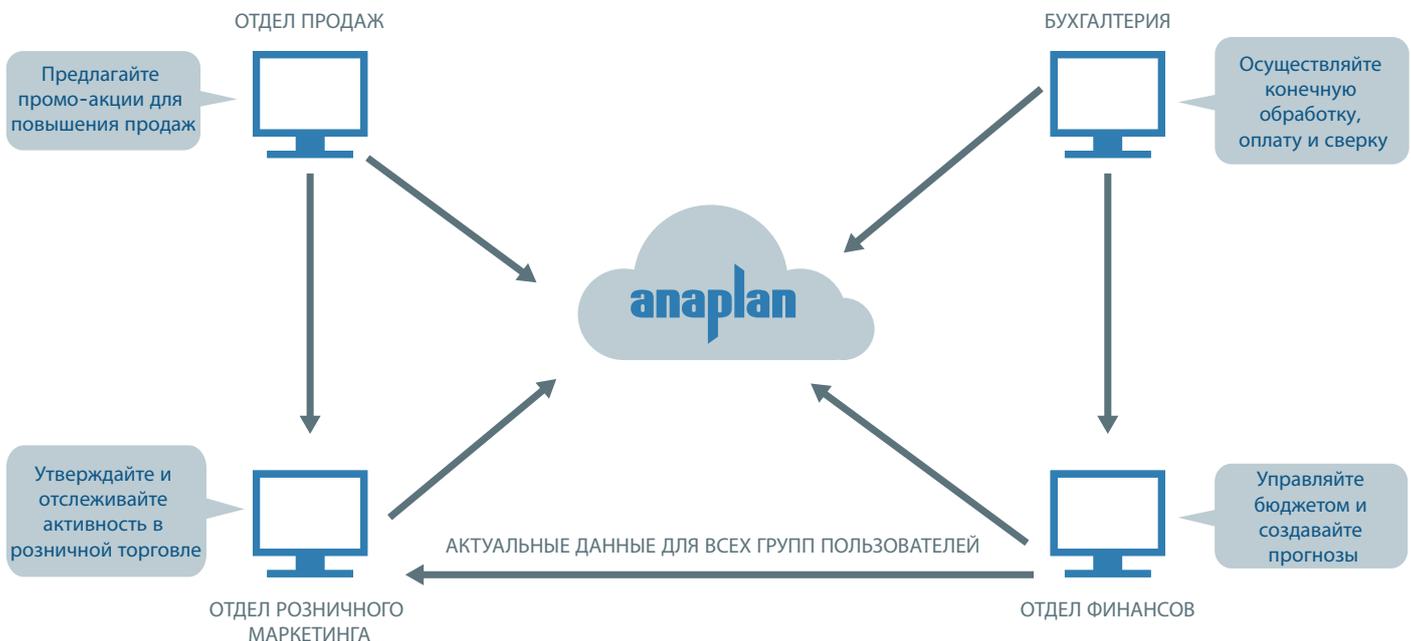
Человеческий фактор и недоразумения при взаимодействии сотрудников — риски, которые в Activision усилены тем, что в процесс вовлечены 40 человек из четырех подразделений в разных странах. Он начинается с локальных отделов продаж, которые извлекают данные, отслеживая покупательскую активность. Затем в игру вступает отдел розничного маркетинга, который утверждает или отклоняет промо-активности, после чего финансовый отдел фиксирует и проверяет все финансовые показатели. Наконец, информация поступает в бухгалтерию, которая проводит сделки и выставляет счета. Очевидно, что передача информации по цепочке посредством постоянного перебрасывания данных из Excel и обратно негативно сказывалась на производительности компании и уверенности в точности данных. Как правило, Патрику приходилось подолгу ждать информацию, необходимую для принятия ключевых решений: «В нашей отрасли за такие задержки приходится платить».

Поиск решения

В поиске нового решения компания Activision обратилась за помощью к консультантам. Одним из пяти предложенных вариантов стал Anaplan. Всего несколько дней спустя Патрик выбрал неоспоримого победителя.

«Больше всего в системе Anaplan нам понравилась возможность и простота адаптации решения к конкретным потребностям каждого из отделов», – говорит Патрик. Каждая из четырех групп, участвующих в процессе управления продвижением в компании Activision (отдел продаж, маркетинга, финансов и бухгалтерия), по-разному взаимодействует с данными, и система Anaplan позволила нам с легкостью настроить инструмент под нужды каждого».

СХЕМА ACTIVISION / ANAPLAN



Преимущества

Всего через две недели после запуска проекта, по словам Патрика, производительность компании возросла в полтора раза. «Мы смогли значительно улучшить процессы взаимодействия всего за сутки», – заявляет он. «Система Anaplan позволяет экономить время и уменьшить поток электронных писем, благодаря чему информация воспринимается легче, а рабочий процесс ускоряется». Патрик также подчеркивает, что в значительной мере такой успех обеспечила простота и понятность интерфейса нового решения. «Сотрудники по достоинству оценили простоту и удобство интерфейса системы. Нам больше не приходится работать с неудобными и ограниченными системами отчетности. Необходимые нам данные доступны в любой момент и именно в том формате, который максимально точно отвечает на поставленные вопросы».

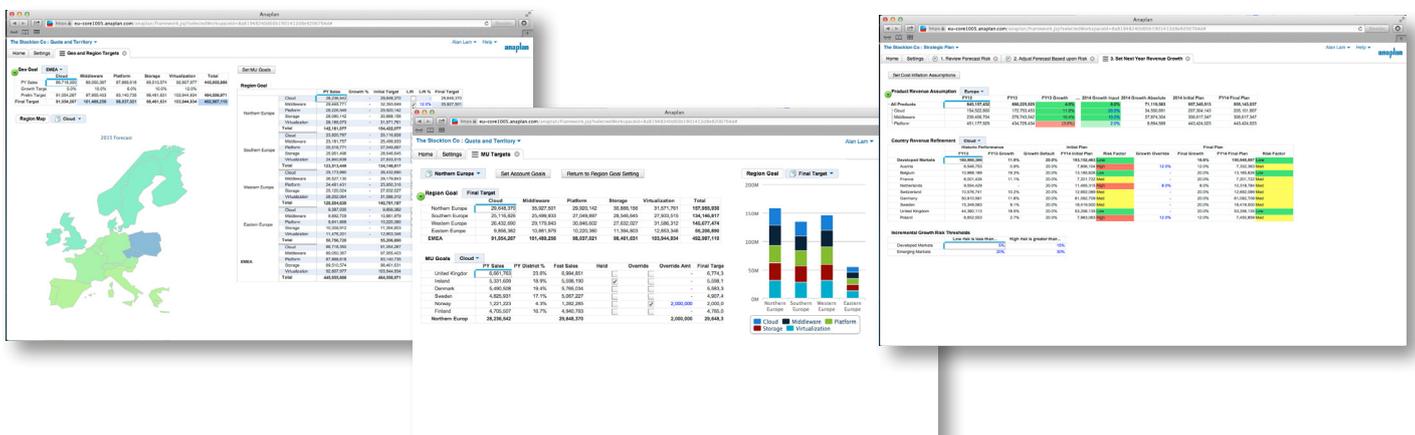
Патрик рассказывает о собственном опыте использования решения Anaplan в финансовом отделе: «Наглядный интерфейс позволяет сразу увидеть все сделки, одобренные отделом продаж. Данные можно легко сортировать по клиенту, продукту или типу расходов, а затем просматривать и быстро сравнивать с прогнозируемыми показателями. Все повседневные рабочие процессы, связанные с розничными продажами, проходят гораздо быстрее. Ко всему прочему, мы уверены в том, что обладаем всеми необходимыми данными».

Не останавливаемся на достигнутом

Система Anaplan сразу же предоставила компании Activision желаемый контроль над процессами осуществления розничной торговли. При этом Патрик также понимает, что они нашли для себя не просто точечное решение, но целую платформу. «Нам не терпится испытать все преимущества этого продукта», – комментирует он. Первое направление для расширения – составление планов и прогнозов. Сегодня компания Activision управляет своими полугодовыми прогнозами с помощью Excel. После составления прогноза, данные из электронных таблиц вручную переносятся и загружаются в Hyperion. «С помощью Anaplan мы собираемся устранить этот этап, – говорит Патрик, – и объединить все данные в единую глобальную систему, удовлетворяющую потребности отделов маркетинга и финансов».



Компания Activision уже начала работу над второй стадией и планирует реализовать проект к концу года. «Бизнес-модель компании Anaplan – программное обеспечение как услуга – позволяет внедрять систему быстро и одновременно по всему миру», – говорит Патрик. «Эта динамичная технология отлично подходит для будущего развития Activision как независимой компании и позволяет нам действовать, планировать и расти со скоростью рыночного спроса». Патрик с нетерпением ждет возможности поработать с интегрированной системой: «Имея единую универсальную платформу, вы улучшаете взаимодействие сотрудников и существенно экономите время. Кто знает, какие новые виды анализа нам понадобятся в будущем, – Anaplan меняет представление о том, что вообще возможно».



О компании Anaplan

Anaplan – облачное решение нового поколения для финансового и операционного планирования, управления продажами и кадровыми ресурсами. Мы создали самую передовую облачную платформу, чтобы помочь вам планировать, анализировать и взаимодействовать в режиме реального времени. С помощью Anaplan вы, ваши аналитики, менеджмент и другие сотрудники сможете быстро и эффективно адаптироваться к любым внутренним и внешним изменениям. Опережайте события, моделируйте любые изменения и вносите корректировки на лету – просто, быстро и на любых объемах данных. Anaplan – частная компания со штаб-квартирой в Сан-Франциско и представительствами на 4 континентах. Больше информации на anaplan.ru.

