

M SOLUZIONI

Armentano Raco, direttore
trade marketing
di **Grandi salumifici italiani**



BUSINESS INTELLIGENCE SOLUZIONE DI SAS PER **GRANDI SALUMIFICI ITALIANI**

Quell'insaccato conosce il futuro

Salami e prosciutti predicono il loro futuro. Che non è solo quello di finire in tavola, ma soprattutto il loro destino dal punto di vista della commercializzazione. Il prodigio avviene nei **Grandi salumifici italiani**,

azienda con una rete di vendita diffusa sul territorio e una consistente struttura di marketing e trade marketing. È nata nel Duemila dall'unione di due realtà: quella cooperativa dell'emiliana **Unibon salumi** e la privata del gruppo

altoatesino **Senfter**. Per l'azienda la capacità predittiva è fondamentale: è indispensabile, infatti, avere precise informazioni sui volumi dei prodotti richiesti. E questo perché i passaggi della filiera implicano costi notevoli, compreso l'immobilizzo per gli stoccaggi.

«Abbiamo circa 1.350 differenti articoli, otto canali di vendita e un numero medio di referenze per canale tra 400 e 700», spiega Armentano Raco, direttore trade marketing. «Inoltre, dobbiamo gestire la complessità della rete vendita composta da 300 agenti e 40 commerciali diretti».

Per raggiungere l'obiettivo **Grandi salumifici italiani** ha cercato un partner che sostenesse l'azienda dal punto di vista tecnologico, implementando nuovi strumenti operativi. La scelta è caduta su Sas. Per realizzare il progetto si sono attivati due processi contemporanei: Forecast e Budget. Il primo, sviluppato nell'arco dell'anno, si basa sulle capacità predittive di 15 esperti stimatori, che inseriscono mensilmente le stime di vendita per i clienti, basandosi su dati di input, uniformati con il software Sas Forecast server e sull'organizzazione e flusso delle informazioni con Sas Financial management. Le stime, effettuate sui tre mesi successivi, devono poi passare diversi gradi di validazione e controlli, fino ad arrivare alla produzione.

Accanto al forecast si è sviluppata l'attività di budget, che avviene nel periodo settembre-ottobre, attraverso l'adozione della soluzione Sas Financial management. Il top management, avvalendosi in prima analisi di Sas Forecast server, stima un obiettivo, che viene passato agli stimatori per tarare meglio la proposta per i clienti e le singole referenze. Così le informazioni diventano un know-how trasparente, creando un processo di autoapprendimento che aiuta lo stimatore ad affinare in modo continuo la propria capacità di valutazione.

U.T.