

“ The business As We Know It, Is Going Down ?“

Romanian Retail Forum, Bucuresti 25 XI 2008

Andrei CAUNII S. - Managing Partner, NOVENSYS



Agenda



- Despre Novensys
 - Cine suntem, portofoliul de clienti
 - Model de business de succes
- Romanian Retail Forum
 - De ce consultanta specializata?
 - Retail footprint
 - Analiza portofoliului de produse
 - Business Process Transformation
 - Metodologie pragmatica

Despre Novensys

2008 – jucator important in liga marilor implementatori

Novensys – unul dintre cei mai importanti integratori “end to end” de solutii pentru managementul informatiei din Romania

Novensys este expert in transformarea informatiei brute in informatie inteligenta, utila si aplicabila in mediul de business - genul de informatie care arata directiile de urmat si care creeaza premisele evolutiei unei companii

Portofoliul Novensys reuneste solutii inteligente pentru automatizarea proceselor de business, de la sisteme hardware, consumabile si infrastructura hardware la platforme software pentru **Enterprise Resource Planning, Supply Chain Management, Customer Relationship Management, Business Intelligence** etc.

Novensys integreaza aplicatii de la cei mai buni dezvoltatori la nivel international: **Microsoft, Oracle, Mantis, Motorola, Current, Psion, Zebra** dar si solutii dezvoltate inhouse destinate automatizarii proceselor de business

Portofoliul de clienti Novensys

Retail



Logistics and Distribution



Manufacturing



Utilities



Telecom



Service



Courier Services

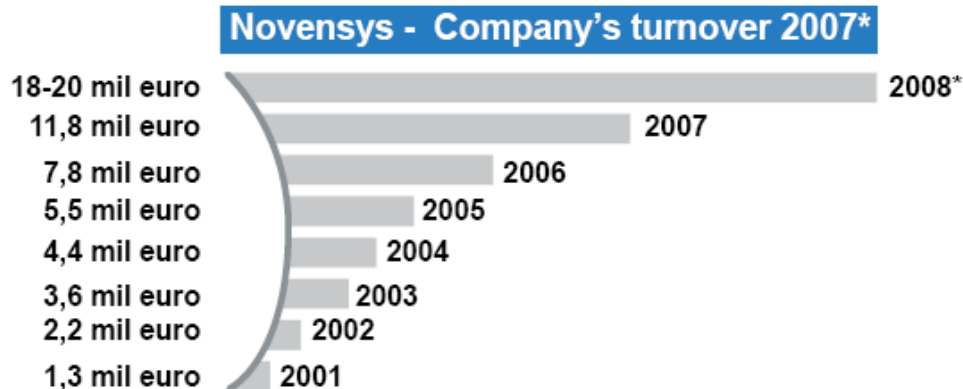


Public Sector



Performante financiare

2008 – cea mai mare crestere a CA din ultimul deceniu



* estimated revenue for 2008

Cifra de afaceri in 2008 - previziuni

Novensys tinteste o cifra de afaceri de 18-20 mil. EUR pana la sfarsitul lui 2008 si de peste 30 mil. EUR pana in 2009.

La sfarsitul anului 2007, Novensys a inregistrat o cifra de afaceri de 11,8 mil euro.

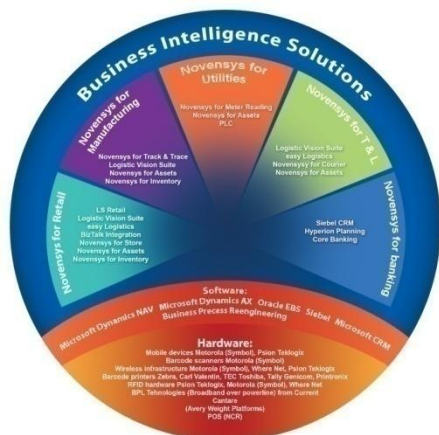
Cele mai bune rezultate financiare pentru Microsoft Dynamics in Q1 2007 (anul financiar Microsoft)

Cel mai mare contract Microsoft Dynamics incheiat in 2008 cu solutia Microsoft Dynamics AXAPTA implementata la Imprimeria Nationala

Cel mai mare contract la nivel national pentru solutia Siebel CRM, implementata la Rompetrol

Implementari de top pentru liderii industriilor retail, utilitati, logistica si distributie

Novensys – Un model de business de succes de peste 10 ani



- Un portofoliu complet de solutii de la cei mai buni dezvoltatori la nivel international
- Extindere regionala pana la sfarsitul lui 2009
- Piete targetate: Small, Middle si Enterprise
- Cel mai bun partener in relatia cu principalii furnizori de solutii – Microsoft, Motorola (Symbol), Mantis, LS Retail etc.
- Leader in solutii pentru managementul informatiilor destinate industriilor **retail, distributie, utilitati si logistica**
- Costuri scazute, viteza de implementare si cele mai bune practici in industriile targetate
- Oportunitati de “cross selling” enorme datorita bazei de clienti in cele mai importante industrii din Romania
- Investitii masive in HR pentru cresterea productivitatii si eficientizarea proceselor interne.
- Investitii in Marketing si in CRM.

ORACLE™

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner

mantis

LS
RETAIL

MOTOROLA

Zebra

PSION TEKLOGIX

ScanSource

PRINTRONIX
GLOBAL PRINTING...ENABLED.

TallyGenicom™

Avery Weigh-Tronix

AVNET®

current™

COMARCH
SYSTEM INFORMATYCZNE
PARTNER

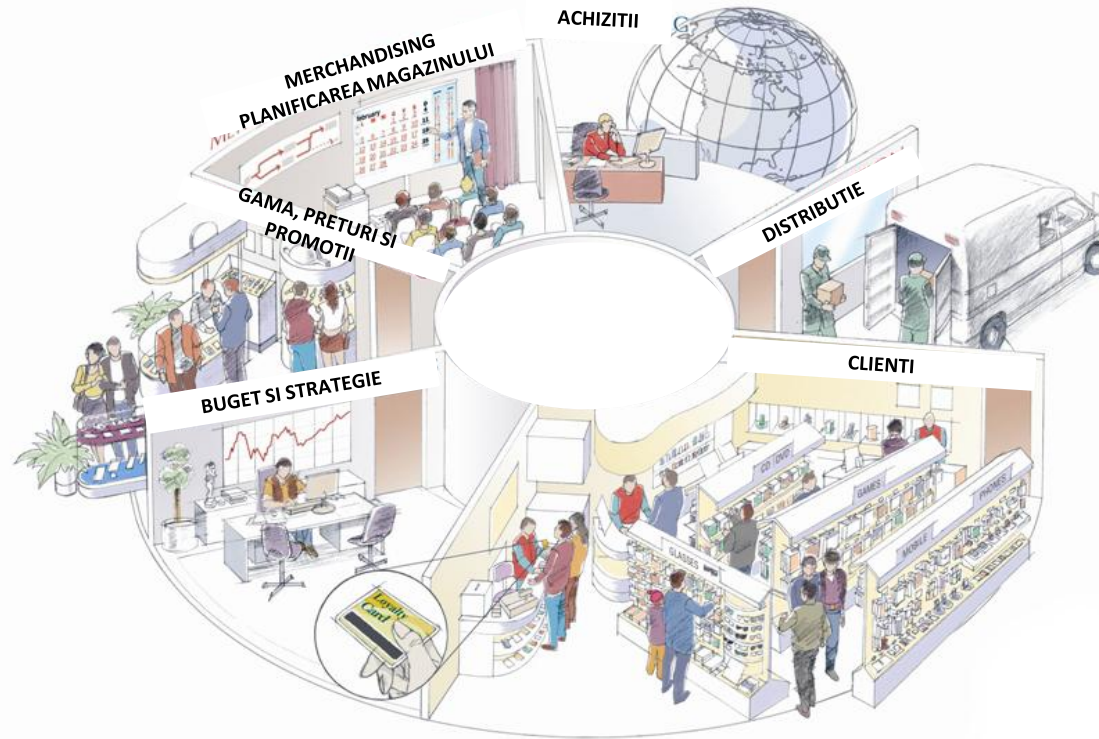
De ce consultanta specializata?

Consultantul:

- este cel care poate vedea in ansamblu imaginea proceselor
- este obiectiv, fara parti-pris-uri cu un departament sau altul
- aduce experienta acumulata in alte proiecte similare
- este o resursa suplimentara de valoare pe o perioada temporara, care suplimenteaza expertiza personalului



Retail footprint



Produsul
potrivit



Pretul
potrivit



Clientul
potrivit



Cantitatea
potrivita



Magazinul
Potrivit



Momentul
potrivit



Profit
Cat mai mare

Retail footprint - in conditii de criza



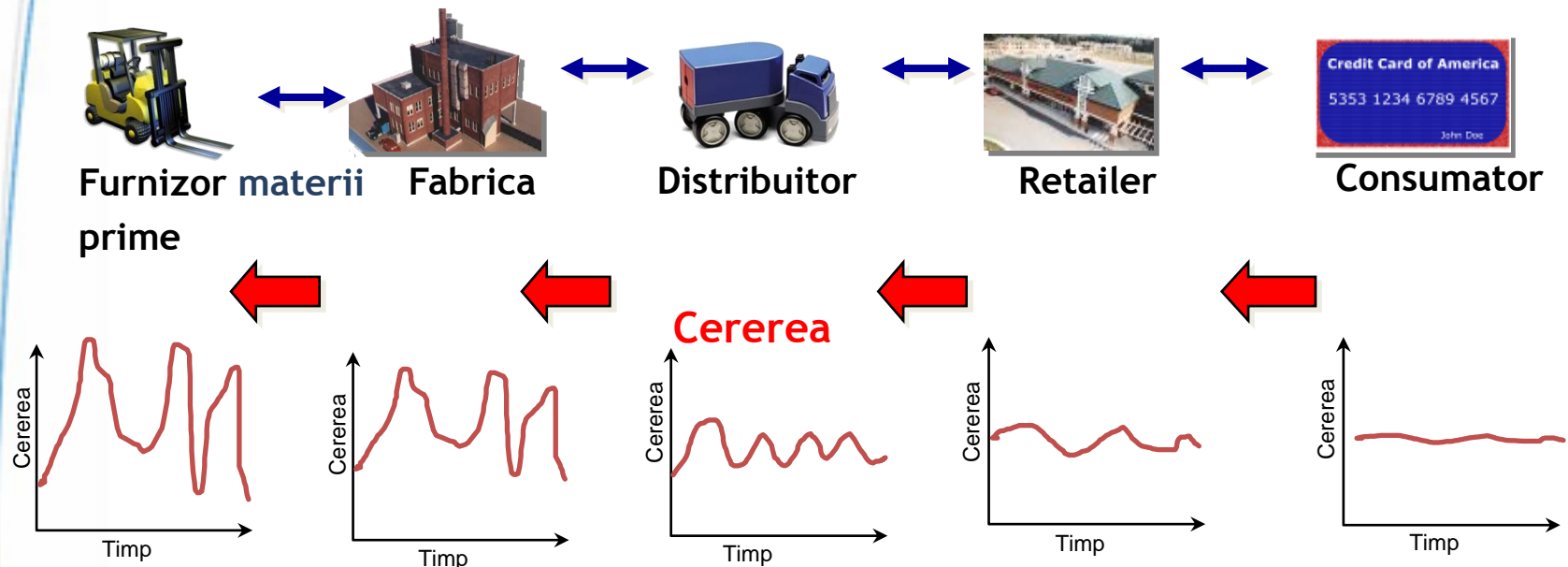
In conditii de criza, echilibrul = dezechilibu.

In acest al 12-lea ceas, companiile incep sa se urmareasca:

- gama de produse – category management parte din dep marketing
- politica de preturi – category management parte din dep de marketing
- clientii
- modul de realizare a achizitiilor si modul de aprovizionare a magazinelor
- optimizarea stocurilor atat in magazine cat si in depozit
- optimizarea distributiei

Retail footprint - in conditii de criza (efectul Bullwhip)

Cu cat urci mai in amonte, pe fluxul marfii , cu atat fluctuatiile cererii sunt mai mari.



Variatiile sunt determinate de:

- dimensiunea loturilor/ lotul optim de comanda
- lead times
- stocuri
- alte decizii independente

Analiza portofoliului de produse

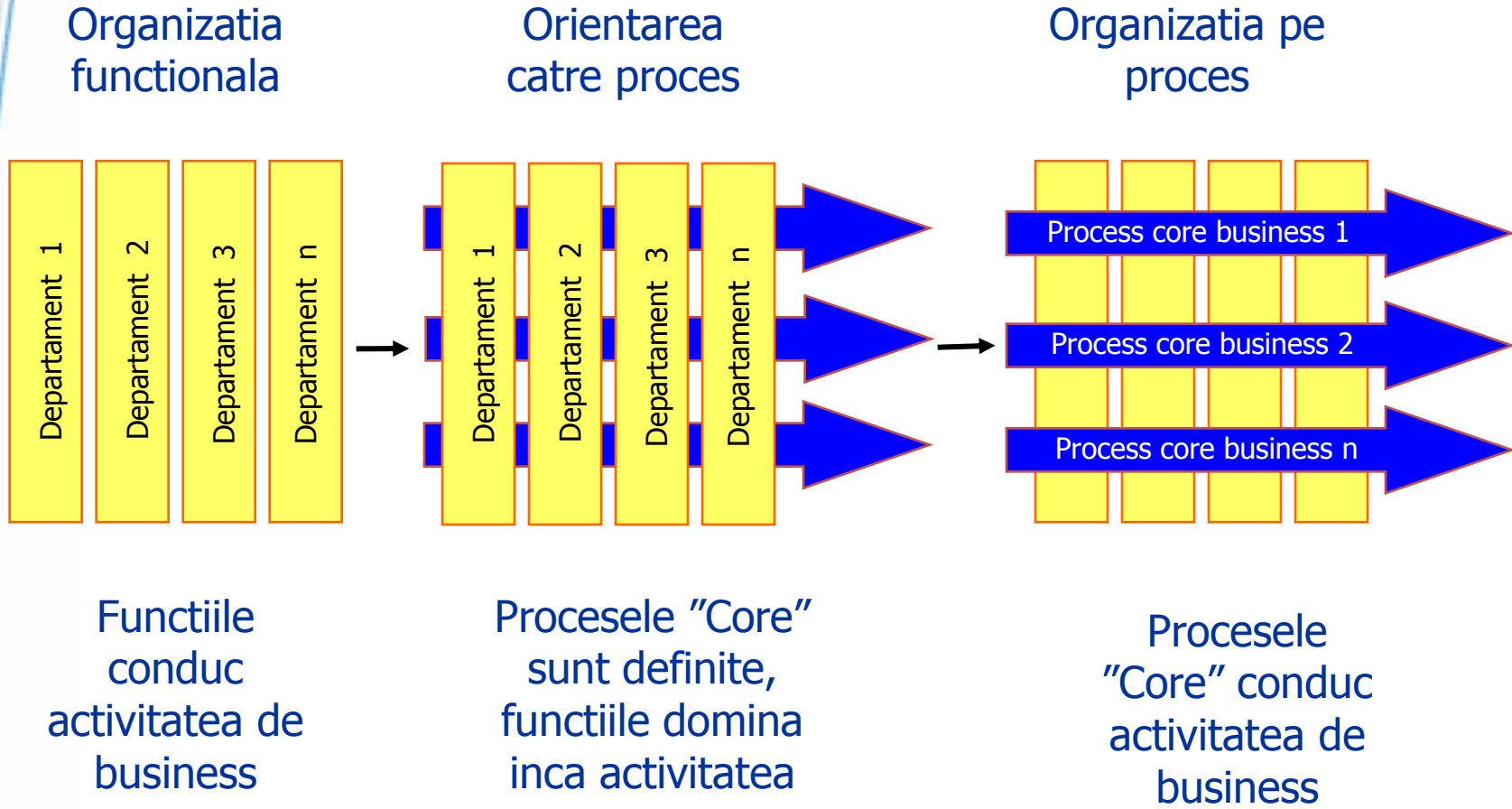
- **Metoda ABC**

- Permite o stricta monitorizare si control al produselor de volum
- Se calculeaza pe baza regulii 80/20
- In urma analizei se obtine o clasificare a produselor pe categorii:
 - » **Produse de categoria A** – sunt produsele care aduc cel mai mare venit, GM. Aceste produse necesita monitorizare atenta din punct de vedere al achizitiilor si al stocului.
 - » **Produse de categoria B** - sunt produse care au volum dar venitul adus este mediu
 - » **Produse din categoria C** – sunt produse care nu au volum si nici nu aduc vanzari
 - Produse care sunt tinute in portofoliu pentru imagine
 - Produse care sunt tinute datorita unor intelegeri cu furnizorii
 - Produse care trebuie delistate

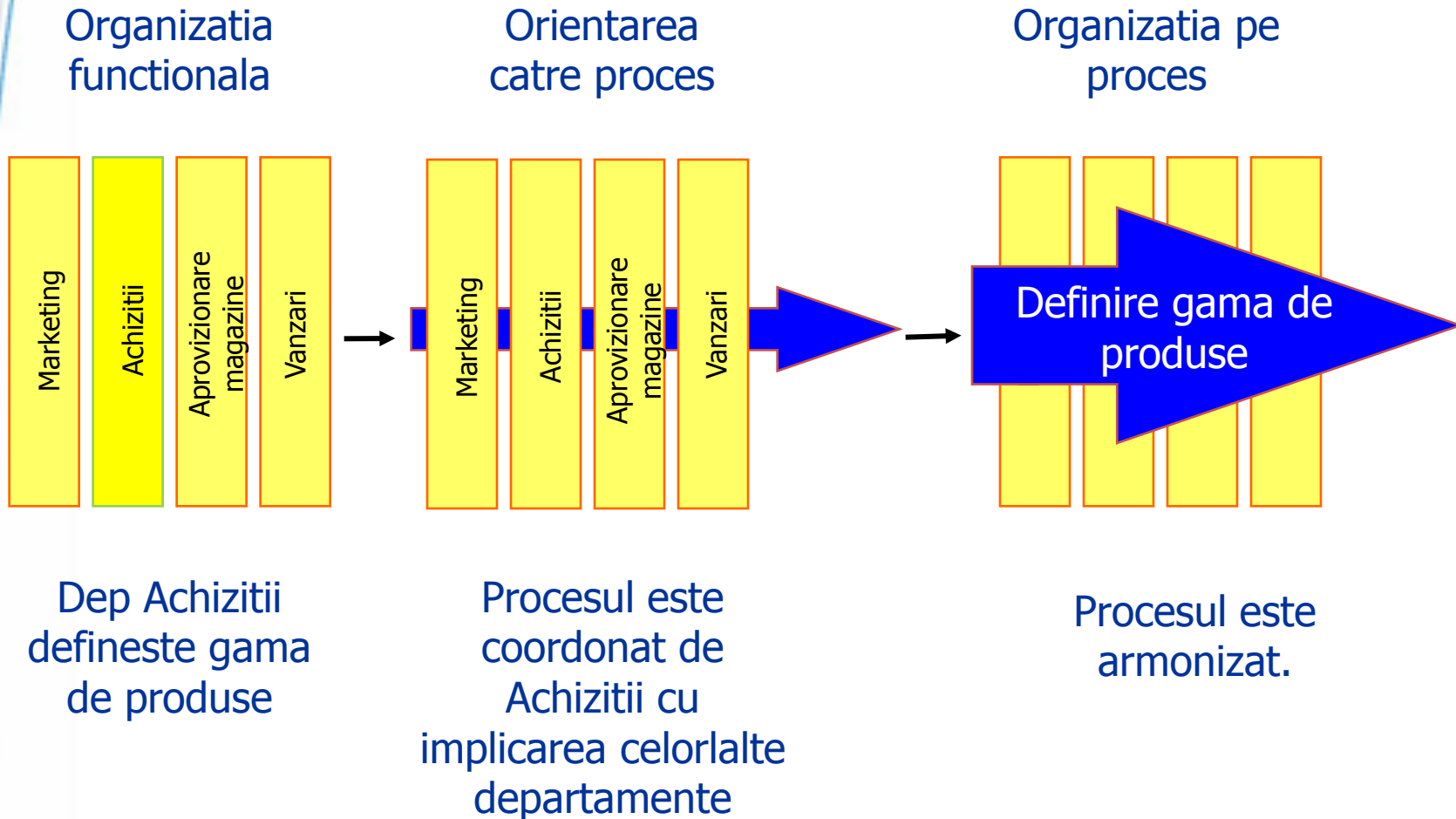
Analiza portofoliului de produse

		Data									
Categorie Produs	ABC	Count of Denumire Produs	Sum of Val. Vanzari fara TVA	Sum of GM VALORIC	Sum of valoare stoc	Sum of stoc	Count of Denumire Produs	Sum of Val. Vanzari fara TVA	Sum of GM VALORIC	Sum of valoare stoc	Sum of stoc
ACCESORII	A	187	33,152	7,254	2578.9	38	50.82%	79.94%	79.52%	42.60%	34.86%
	B	97	6,241	1,389	692.6	13	26.36%	15.05%	15.23%	11.44%	11.93%
	C	84	2,076	479	2781.7	58	22.83%	5.01%	5.26%	45.95%	53.21%
ACCESORII Total		368	41,469	9,122	6053.2	109					
BAUTURI	A	73	395,787	99,449	57885.5	6285	27.97%	79.73%	80.51%	69.71%	60.81%
	B	78	75,475	18,649	16670.25	2798	29.89%	15.20%	15.10%	20.08%	27.07%
	C	110	25,154	5,428	8482.75	1252	42.15%	5.07%	4.39%	10.22%	12.11%
BAUTURI Total		261	496,416	123,526	83038.5	10335					
COSMETICE	A	373	243,698	91,936	46724.5	1285	39.14%	79.96%	82.36%	59.68%	50.89%
	B	276	45,759	15,273	15682	601	28.96%	15.01%	13.68%	20.03%	23.80%
	C	304	15,334	4,424	15889.3	639	31.90%	5.03%	3.96%	20.29%	25.31%
COSMETICE Total		953	304,792	111,633	78295.8	2525					
DULCIURI	A	102	87,403	24,081	7735.8	2978	37.23%	79.83%	80.41%	65.20%	49.63%
	B	80	16,496	4,431	2940.35	2222	29.20%	15.07%	14.80%	24.78%	37.03%
	C	92	5,585	1,435	1188.75	801	33.58%	5.10%	4.79%	10.02%	13.35%
DULCIURI Total		274	109,484	29,947	11864.9	6001					
TUTUN	A	42	177,155	26,949	62421.15	7305	29.58%	79.98%	79.78%	79.34%	76.98%
	B	41	32,899	5,108	9117.75	1114	28.87%	14.85%	15.12%	11.59%	11.74%
	C	59	11,435	1,724	7132.6	1070	41.55%	5.16%	5.10%	9.07%	11.28%
TUTUN Total		142	221,488	33,781	78671.5	9489					
Grand Total		1998	1,173,650	308,009	257923.9	28459					
	A	777	937,196	249,669	177,346	17,891	38.89%	79.85%	81.06%	68.76%	62.87%
	B	572	176,871	44,850	45,103	6,748	28.63%	15.07%	14.56%	17.49%	23.71%
	C	649	59,584	13,490	35,475	3,820	32.48%	5.08%	4.38%	13.75%	13.42%
		1998	1,173,650	308,009	257,924	28,459					

BPM sau de la “silozurile functionale” la “centricitatea proceselor”



BPT sau de la “silozurile functionale” la “centricitatea proceselor”



Metodologie de lucru pragmatica

	Portfoliu de produse/ Strategia de Achizitii	Procese	Organizatie	Sistemele IT&C
Faza Imbunatatirilor Rapide (Quick Wins Phase)	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza stocului si iesirilor de produse • Analiza modalitatilor de aprovizionare • Analiza stocului de produse returnate • Descrierea implicatiilor in procese; • Definirea de „quick wins“ pentru optimizarea gamei de produse / servicii sau a portofoliului de clienti 	<ul style="list-style-type: none"> • Definirea zonelor de imbunatatit si a modelelor de procese (fluxuri, responsabili, livrabile, termene); • Definirea „quick wins“ (<1 luna); • Definirea planului de proiect pe termen mediu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definirea de masuri organizationale pe termen scurt care sa sustina modelele noi de proces; • Definirea planului de proiect Mid-Term. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza capabilitatilor curente (quick audit).
Faza Optimizarilor pe termen mediu (Medium Term Optimization)	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborarea strategiei; • Analiza si evaluarea furnizorilor; • Definirea regulilor/ target-urilor / planului de implementare 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentarea proceselor selectate pentru fiecare faza; • Definirea scenariilor alternative; • Definirea zonelor de imbunatatit si a modelelor finale de procese (fluxuri, responsabili, livrabile, termene); • Definirea planului de implementare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Folosirea Resource Enterprise Matrix (alocare de FTE's pe procese); • Definirea schemei de KPI's, relevanta si alocarea responsabilitatilor or proprietarilor de procese. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza capabilitatilor curente; • Definirea de cerinte (daca e cazul); • Definirea tipului de solutii necesare; • Definirea planului de implementare.



Va multumim!

Novensys – Bucuresti

Splaiul Unirii nr. 313, Sector 3,
Bucuresti, cod postal: 030138

Tel: (+4) 031 228 1000/
(+4) 0750 128 000

Fax: (+4) 031 228 1001

Tel. vanzari: (+4) 0745 031 088

Suport Tehnic: (+4) 031 229 0000

Novensys – Cluj Napoca

Str. Cuza Voda, nr. 1, Mezanin,
Cluj Napoca

Tel: (+4) 031 2281 610

Fax: (+4) 031 2281 001

Suport Tehnic: (+4) 031 2290 000

Novensys – Timisoara

Str. Martin Luther nr. 2, scara B,
Timisoara, cod postal: 300054

Tel: (+4) 031 2281 600

Fax: (+4) 031 2281 001

Suport Tehnic: (+4) 031 2290 000

Secretariat: office@novensys.com

Vanzari: sales@novensys.com

Service: service@novensys.com

Consultanta: consultanta@novensys.com

Marketing: marketing@novensys.com