



ENTERPRISE SOLUTIONS

## **Marketing Intelligence (near) Real Time in SISAL**

*Stefano De Vita – Responsabile DWH – Gruppo SISAL*

*Massimiliano Calogero – Associate Partner – KPMG Advisory*

*Luca Colognola – Manager – KPMG Advisory*

ADVISORY

## **KPMG Advisory**

### **Gruppo SISAL**

### **Il problema di business, le esigenze e vincoli**

### **Il progetto**

### **Vantaggi conseguiti**

### **Perché Oracle**

### **Conclusioni**

# KPMG Advisory Italia – BI & Enterprise Performance Management

- KPMG è tra le maggiori organizzazioni internazionali di servizi professionali. È stata creata nel gennaio 1987 a seguito della fusione della Peat Marwick International e della Klynveld Main Goerdeler.
- Le entità che aderiscono a KPMG operano in 145 paesi con circa 123.000 professionisti e un fatturato di circa 19,8 MLD di Dollari (2007).
- In Italia il network KPMG è costituito da diverse entità. L'attività di consulenza è svolta da KPMG Advisory, all'interno della quale operano circa 900 consulenti con un fatturato di circa 150 milioni di Euro (2007).
  - In questa è presente una practice dedicata alla progettazione, realizzazione e gestione End to End di progetti di Business Intelligence e Enterprise Performance Management.
  - Il gruppo è inoltre integrato da esperti di settore e tematiche in grado di specializzare, dal punto di vista funzionale, le soluzioni tecniche proposte.

## **KPMG Advisory**

### **Gruppo SISAL**

**Il problema di business, le esigenze e vincoli**

**Il progetto**

**Vantaggi conseguiti**

**Perché Oracle**

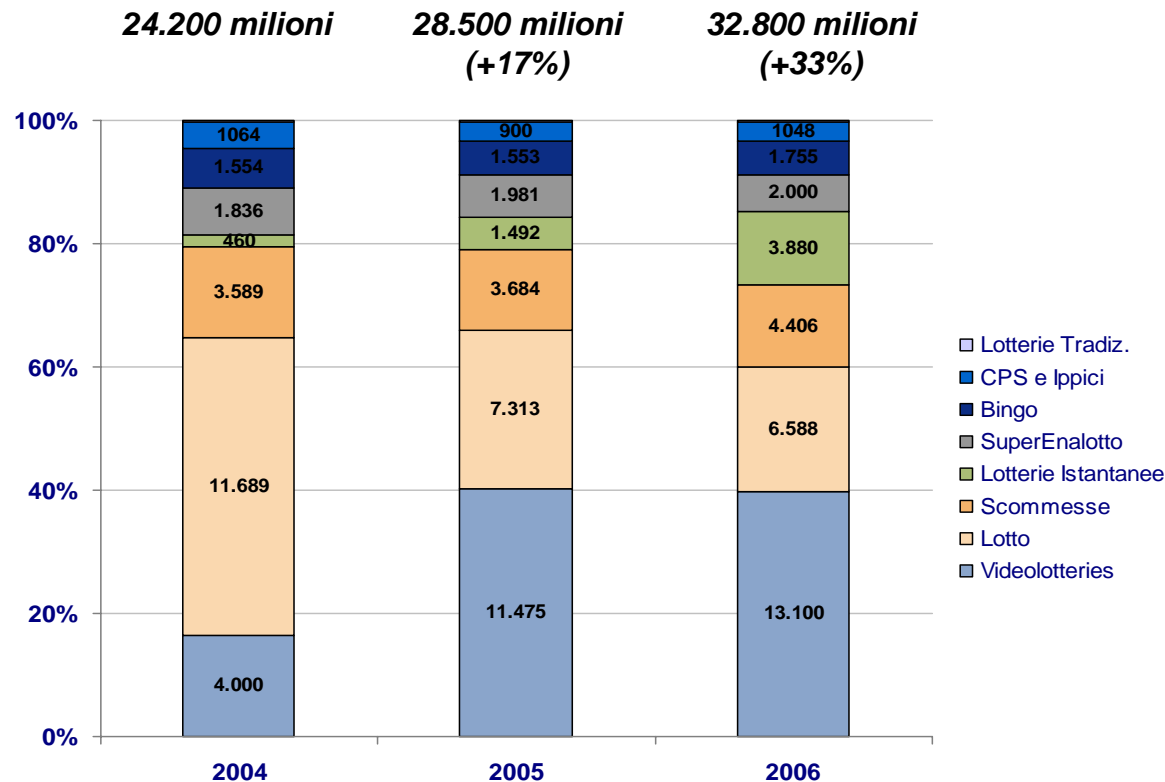
**Conclusioni**

# Gruppo SISAL: l'azienda e il mercato

Il Gruppo Sisal è leader nel settore Gambling&Betting (giochi, scommesse, videolotteries) ed integra nella propria catena del valore anche la vendita di servizi, quali ricariche, pagamenti di tributi, etc.

Il fatturato annuo del 2006 del Gruppo è stato di circa 5 miliardi di Euro.

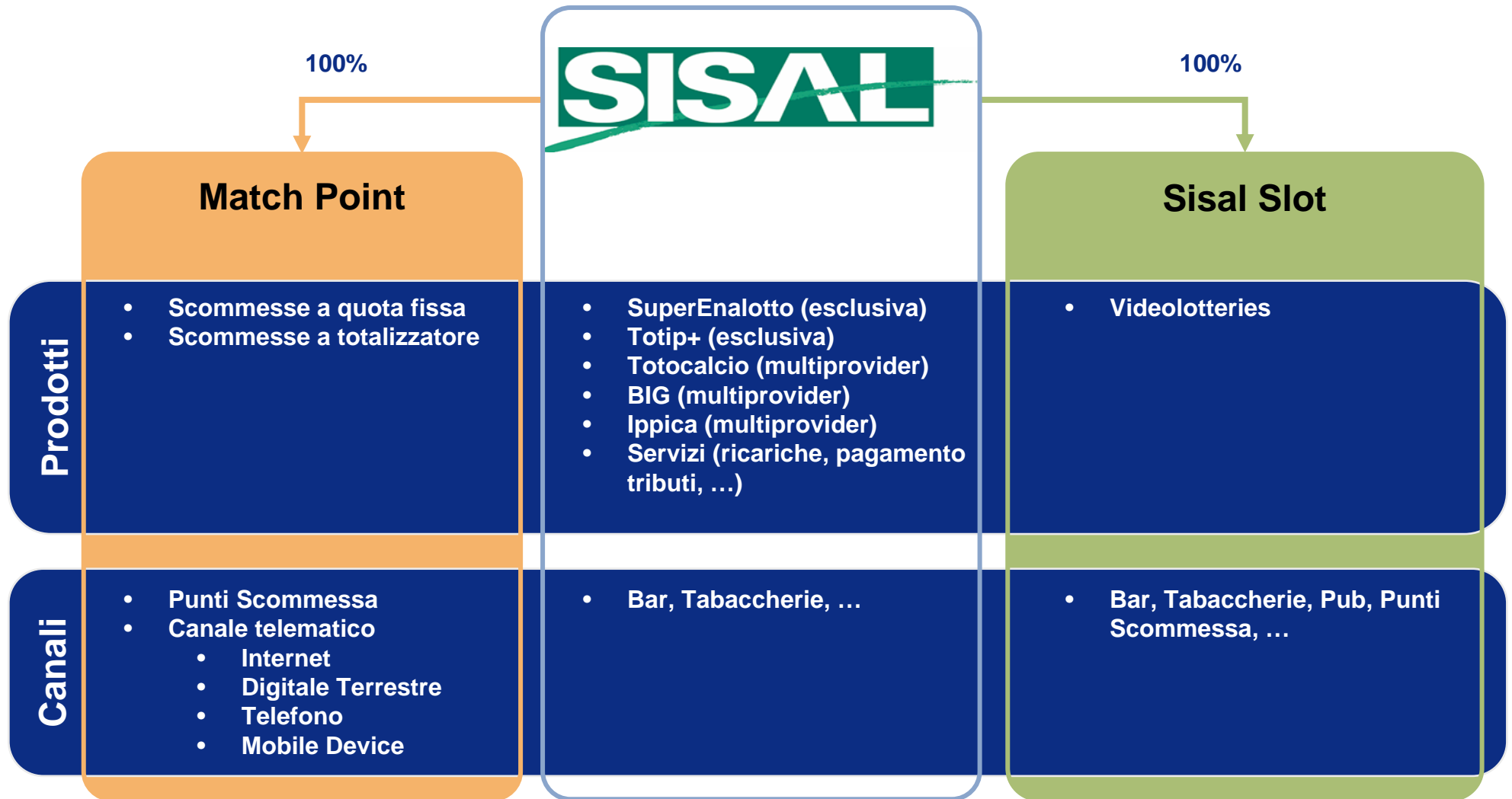
- Il mercato dei giochi e delle scommesse ha un'incidenza di circa il 2% sul PIL Nazionale (valori in milioni di Euro):



# Gruppo SISAL: i prodotti e i servizi

	Offerta	Caratteristiche Salienti
<b>SuperEnalotto</b>	SuperEnalotto Super Star	Gioco a “totalizzatore” con 156 eventi ogni anno
<b>CPS e Ippici</b>	Totocalcio Totogol Tris ...	Giochi a “totalizzatore” con 750 eventi ogni anno
<b>Videolotteries</b>	SlotMachine/Apparecchi di Intrattenimento	Circa 21.000 apparecchi
<b>Scommesse</b>	Scommesse Sportive Scommesse su eventi (es: Sanremo)	Scommesse a “totalizzatore” e a “quota fissa”. Nelle scommesse a quota fissa interviene il fattore <i>rischio</i> in quanto il banco può anche perdere.
<b>Servizi</b>	Ricariche telefoniche Pagamento tributi ...	Intermediazione di servizi B2C per circa 100 clienti (Tim, Vodafone, Wind, 3, Comune di Roma, SKY, DHL, Telecom Italia, LA7, ...)

# Gruppo SISAL: le società, i prodotti/servizi e i canali



**KPMG Advisory**

**Gruppo SISAL**

**Il problema di business, le esigenze e i vincoli**

**Il progetto**

**Vantaggi conseguiti**

**Perché Oracle**

**Conclusioni**

# Il problema di Business

## **Il Gruppo SISAL opera in un contesto caratterizzato da una elevata complessità del mercato:**

- Esigenza di innovare continuamente i prodotti/servizi;
- Continui interventi normativi (decreto Bersani sulle liberalizzazioni, gare per l'assegnazione delle concessioni, regolamentazioni specifiche per il ruolo di concessionario, ...);
- Innovazione tecnologica;
- Pressioni concorrenziali anche in virtù delle normative europee.

## **In tale contesto risultano essere fattori critici di successo:**

- La possibilità di analizzare tempestivamente il business in tutte le sue peculiarità (eterogeneità dei prodotti/servizi);
- La possibilità di analizzare e “governare” in modo integrato le performance dei canali di vendita;
- Avere a disposizione uno strumento di analisi con caratteristiche di flessibilità e facilità di utilizzo.

# Le esigenze e i vincoli

## Numerosità dei dati (dati annui)

- SuperEnalotto: circa 770 milioni di schedine;
- CPS e Ippici: circa 80 milioni di schedine;
- Scommesse: circa 57 milioni;
- Servizi: circa 71 milioni di transazioni;
- Videolotteries: circa 1,5 miliardi di “partite”.

## Tipologie di analisi

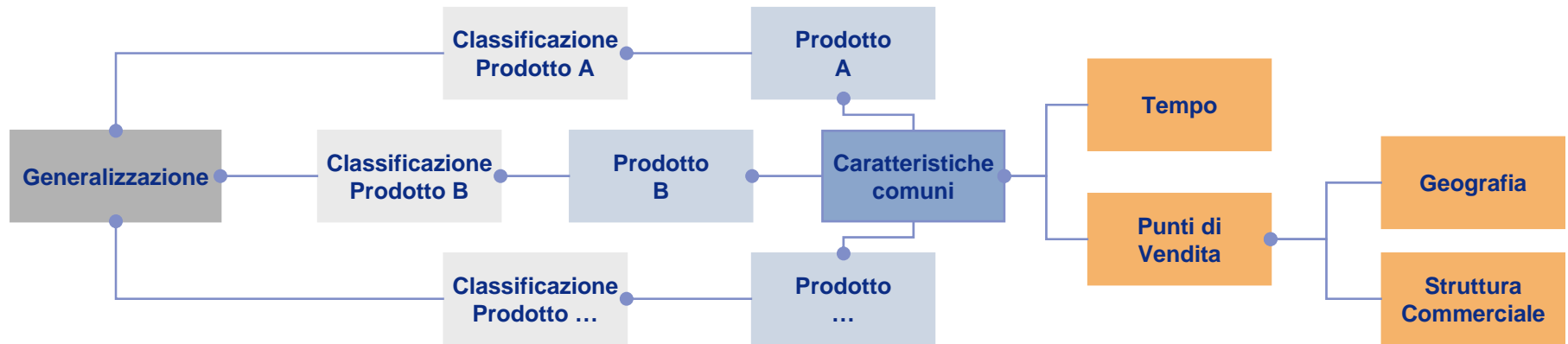
- Analisi storiche (3 anni in linea) per confronti temporali puntali;
- Analisi near real-time (caricamento, ogni 20 minuti, delle giocate effettuate nei 20.000 Punti di Vendita) per poter agire tempestivamente sul business, ad esempio, promuovendo l’acquisto da parte dei Punti di Vendita di “sistemi” di gioco pre-confezionati.



- Necessità di arrivare al massimo dettaglio dell’analisi, ad esempio:
  - SuperEnalotto → singolo numero giocato su ogni schedina;
  - Scommesse → singola transazione effettuata da ogni cliente.

## Eterogeneità dei prodotti/servizi

- La grande varietà di prodotti e servizi, ognuno con proprie caratteristiche, ha richiesto un notevole sforzo nella concettualizzazione di un'unica entità prodotto generalizzata.



**KPMG Advisory**

**Gruppo SISAL**

**Il problema di business, le esigenze e i vincoli**

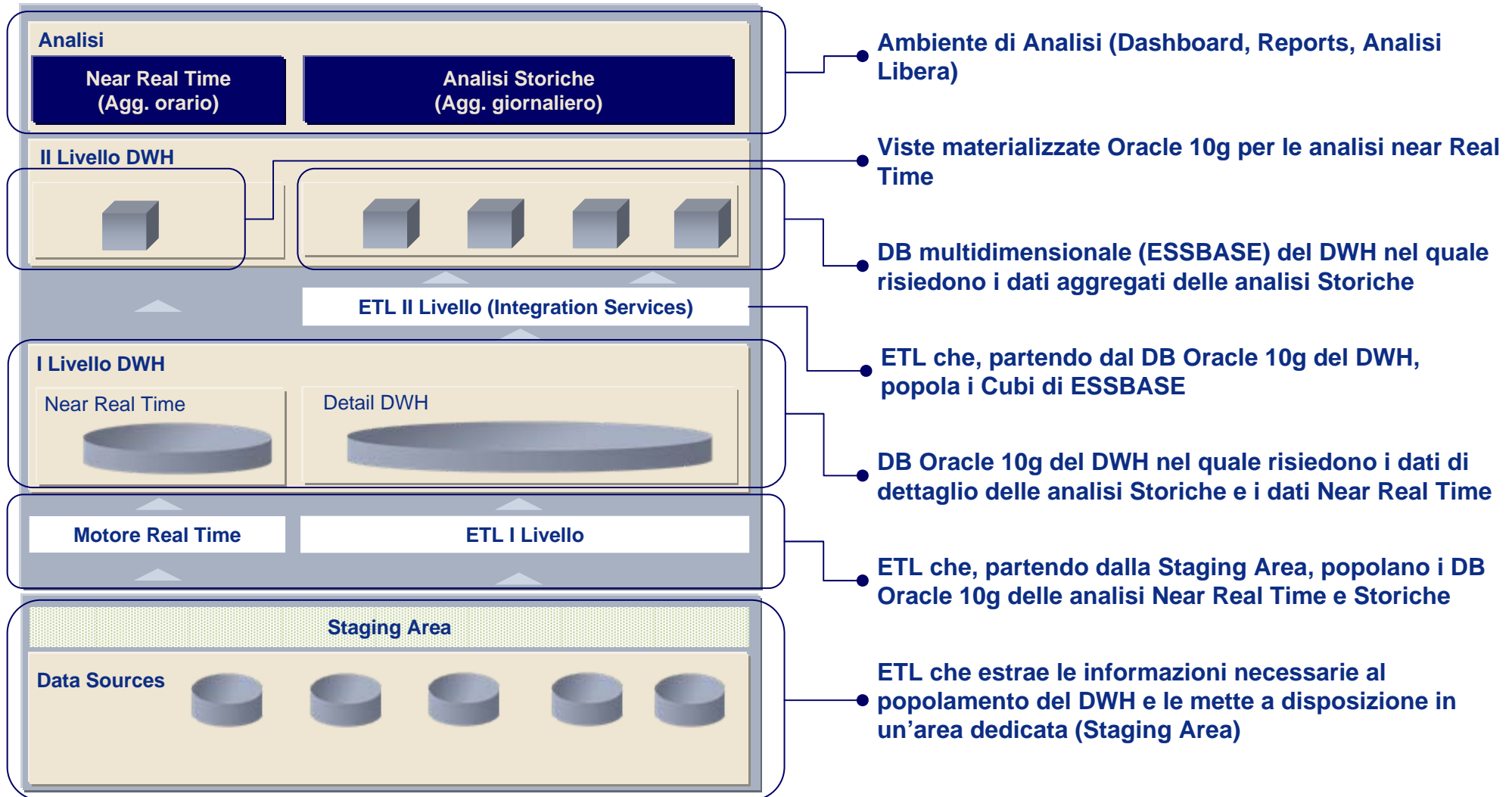
**Il progetto**

**Vantaggi conseguiti**

**Perché Oracle**

**Conclusioni**

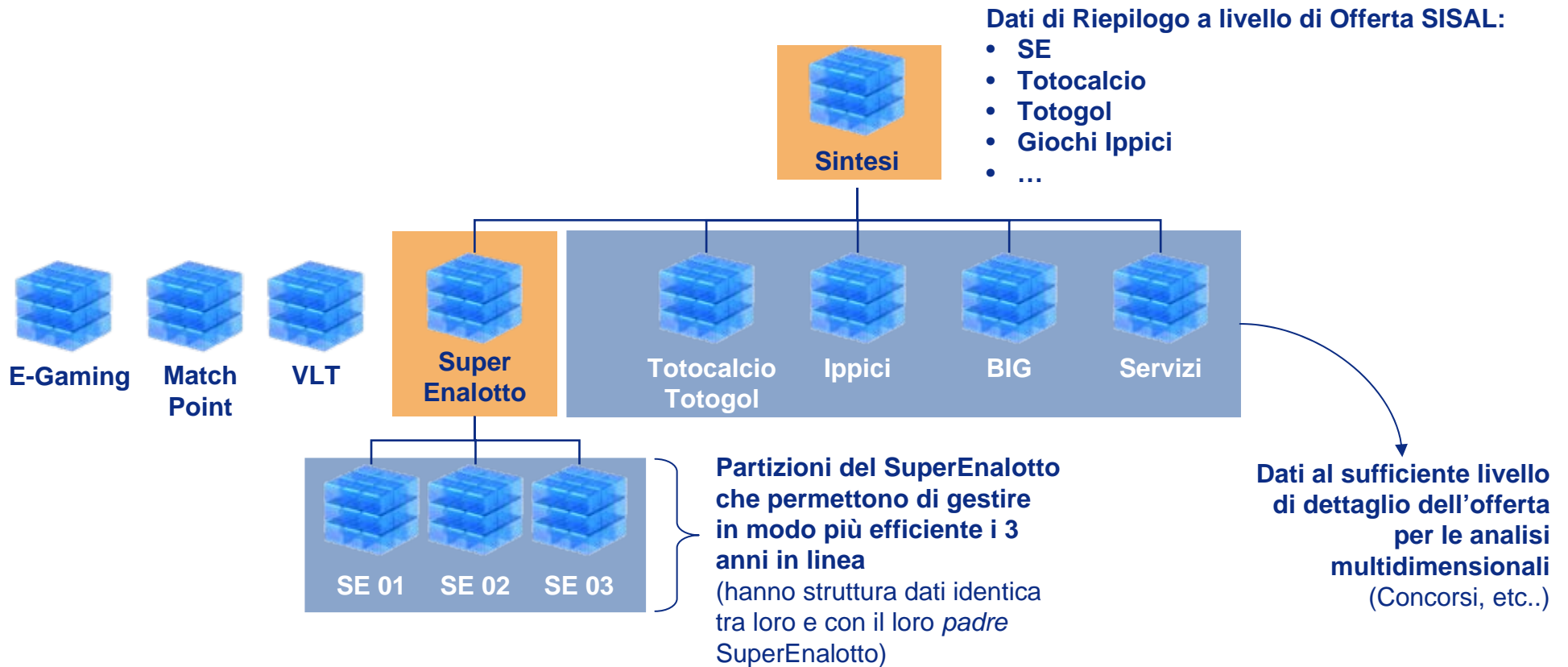
# L'architettura logica



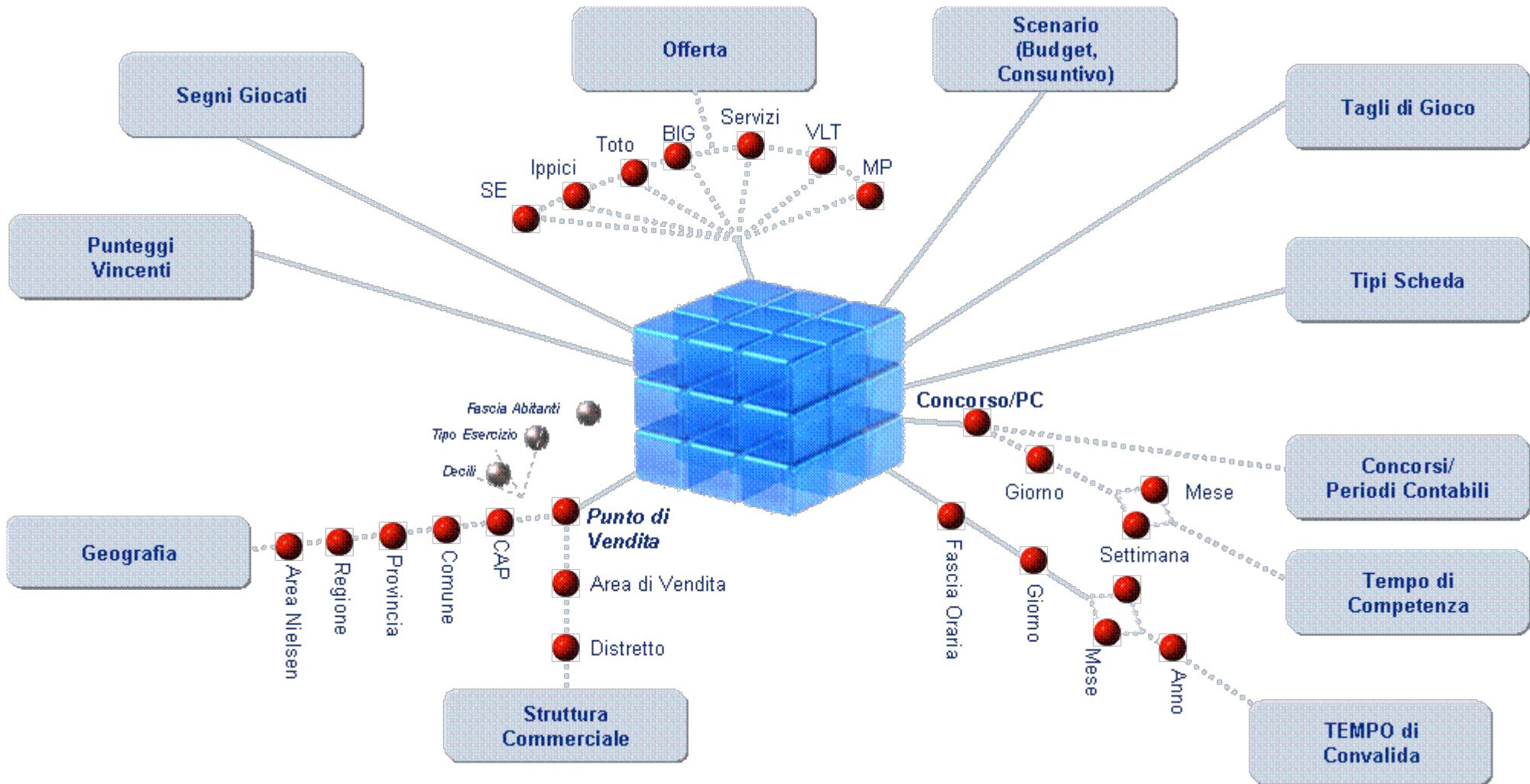
# Analisi Storiche: struttura Multidimensionale

Al fine di ottimizzare le performance di analisi, lo strato multidimensionale del DWH (ESSBASE), si articola in 12 “Cubi” con circa:

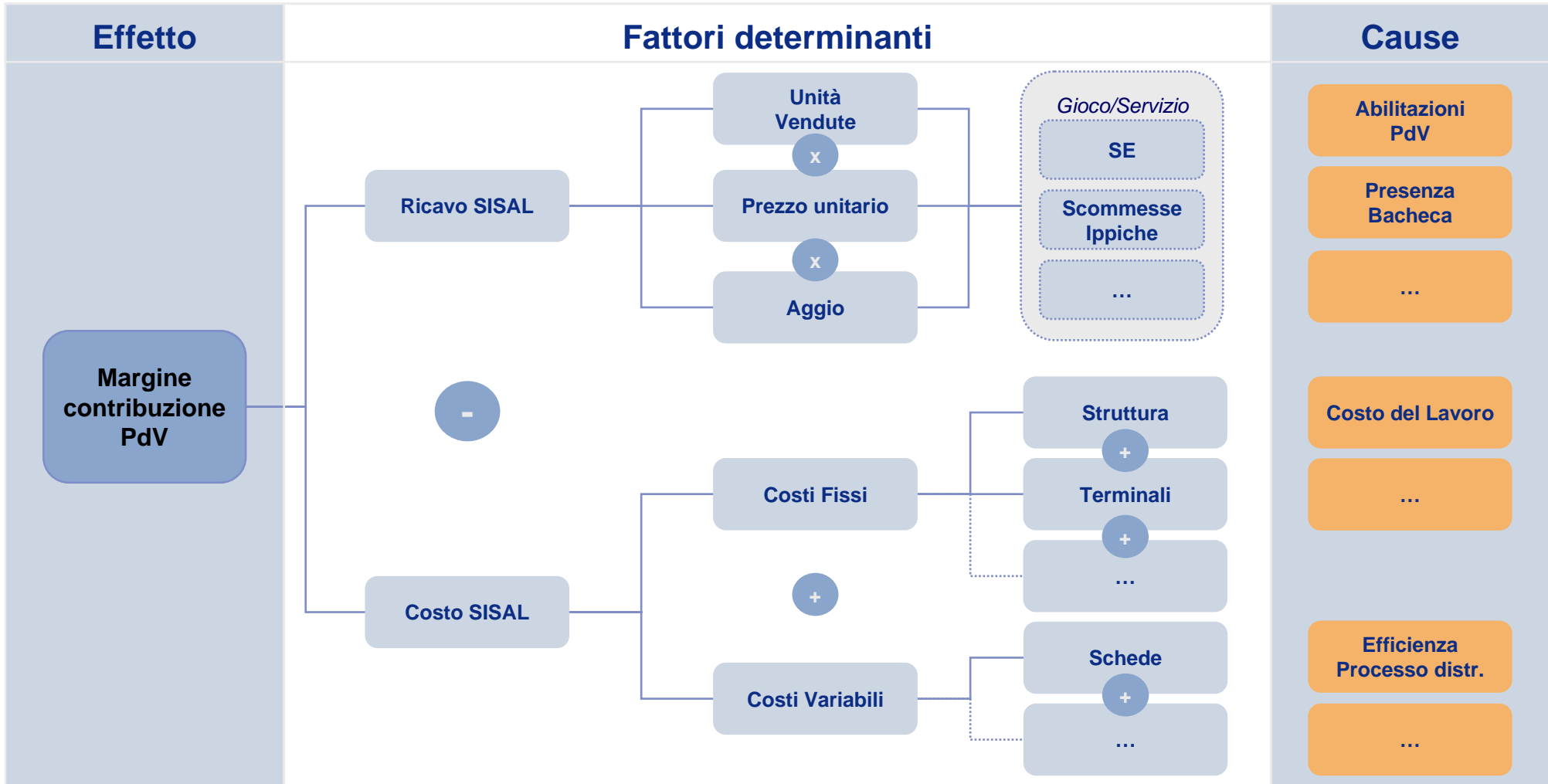
- 30 dimensioni di analisi;
- 100 indicatori alla base dei KPI.



# Assi di analisi principali









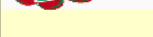
# Esempio di albero dei KPI



# Il Dashboard

## Il Dashboard consente sia agli analisti che al management di:

- Avere un immediato “colpo d’occhio” relativamente a:
  - Andamento delle **vendite orarie** aggiornato ogni 20/30 min. con confronto con il concorso precedente e indicazione della quota di mercato;
  - Andamento delle **vendite settimanali** e **YTD**, confrontati con la settimana omologa e con l’anno precedente.
- Richiamare direttamente i report istituzionali di dettaglio (analisi per taglio gioco, decile, tipologia esercizio, ...).

Aggiorna dati		Dati running in Unità - fascia oraria		30-03-2007 10:00:00				
Prodotto	Concorso / Periodo contabile	Data estrazione	Unità vendute	Raccolta in Euro	N. pdv vendenti	% vs conc.prec.	Quota mercato	
 Totale SuperEnalotto	SE-2007-039	31/03/2007	5.843.212	2.921.606	18.097	-2,34%		
 Totale Scommesse Ippiche	SI-0407-0164	30/03/2007	109.963	56.286	3.792	-95,38%	74,73%	
 Totip	TO-2007-013	01/04/2007	88.596	44.298	4.603	-7,11%		
 Totocalcio	TC-2007-035	31/03/2007	357.156	178.578	6.518	-26,97%	63,27%	
 Totogol	TG-2007-035	31/03/2007	38.874	19.437	2.842	-25,25%	65,37%	
 BigMatch	BM-000107-000035	31/03/2007	20.815	20.815	1.107	0,69%	66,50%	
 Totale Servizi	00570	01/04/2007	678.961	11.508.071	17.861			

Dati consuntivo in EUR - settimana :		2007/12				
Prodotto	Raccolta sett. riferim.	Riferim. vs prec.	Riferim. vs omologa	Cumulato anno	Cum. anno vs anno prec.	
Totale SuperEnalotto	40.220.660	1,26%	8,07%	478.086.090	6,08%	
Totale Scommesse Ippiche	8.904.083	-0,45%	-11,91%	107.002.269	-10,69%	
Totip	208.680	5,85%	-28,40%	2.440.426	-32,58%	
Totocalcio	631.354	-86,37%	-85,82%	40.064.723	-35,98%	
Totogol	104.460	-77,48%	-84,78%	4.231.521	-52,89%	
Totale Big	308.662	-36,10%	-53,23%	4.322.908	-46,26%	
Totale Servizi	16.882.694	-2,29%	11,25%	259.136.179	35,23%	



# L'analisi Libera

L'analisi libera permette agli analisti di accedere alle informazioni attraverso l'utilizzo dello strumento a loro più familiare: MS Excel

Microsoft Excel - Cartel1

File Modifica Visualizza Inserisci Formato Strumenti Dati Finestra Esbase ?

100% Arial

C14 = =SOMMA(C3:C13)

	A	B	C	D	
1		TEMPO	CAMPAGNE	FASCIA_ORARIA	PF
2		Num Combinazioni Giocate	Numero Punti Vendita non Vendenti	% sul totale	
3	Decile SE n.ro 01	8.454.655	0	27%	
4	Decile SE n.ro 02	4.877.879	0	16%	
5	Decile SE n.ro 03	3.890.017	0	12%	
6	Decile SE n.ro 04	3.254.608	0	10%	
7	Decile SE n.ro 05	2.777.536	0	9%	
8	Decile SE n.ro 06	2.399.979	0	8%	
9	Decile SE n.ro 07	2.030.089	0	7%	
10	Decile SE n.ro 08	1.630.190	0	5%	
11	Decile SE n.ro 09	1.219.274	1	4%	
12	Decile SE n.ro 10	640.220	20	2%	
13	Decile SE: ND	11.436	50	0%	
14	<b>Totale</b>	<b>31.185.883</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>	
15					

**KPMG Advisory**

**Gruppo SISAL**

**Il problema di business, le esigenze e i vincoli**

**Il progetto**

**Vantaggi conseguiti**

**Perché Oracle**

**Conclusioni**

## Vantaggi Conseguiti

- ⇒ Il risultato più concreto che il Gruppo Sisal ha ottenuto con la realizzazione del sistema di Marketing Intelligence, è il passaggio dall'assemblaggio dei dati all'interpretazione degli stessi.
- ⇒ L'utilizzo dello strumento è trasversale, dall'AD agli addetti di marketing, ognuno con una visione specifica delle informazioni.
- ⇒ Da un punto di vista organizzativo ogni Area di Business si è dotata di una funzione per l'analisi dei dati, mentre ai Sistemi Informativi è demandata la funzione di coordinamento delle attività di gestione e dei nuovi sviluppi del sistema.

**KPMG Advisory**

**Gruppo SISAL**

**Il problema di business, le esigenze e i vincoli**

**Il progetto**

**Vantaggi conseguiti**

**Perché Oracle**

**Conclusioni**

# Perché Oracle

**Le esigenze e i vincoli hanno orientato verso una scelta praticamente “obbligata”:**

- Un DataBase relazionale, basato su una tecnologia matura e stabile, che fosse in grado di ospitare una elevata quantità di dati di dettaglio (1° Livello del DWH).

 **ORACLE 10g**

- Un DataBase multidimensionale (2° Livello del DWH), che consentisse:
  - Massima flessibilità di accesso da parte degli analisti, svincolandoli da competenze tecniche;
  - Capacità di memorizzare grandi quantità di dati;
  - Elevata velocità di risposta in fase di interrogazione.

 **ESSBASE**

**KPMG Advisory**

**Gruppo SISAL**

**Il problema di business, le esigenze e i vincoli**

**Il progetto**

**Vantaggi conseguiti**

**Perché Oracle**

**Conclusioni**

## Oggi il Gruppo SISAL dispone di un sistema di Business Intelligence che consente:

- Il monitoraggio tempestivo e costante dell'andamento del business, in tutte le sue caratteristiche;
- Percorsi di analisi che vanno dall'incassato YTD del Gruppo sino al segno giocato su ogni singola schedina di ogni gioco;
- Un utilizzo semplice e flessibile da parte di tutte le funzioni aziendali, dall'AD all'analista di marketing.

**Si tratta del sistema di Business Intelligence più grande e complesso realizzato in Europa su tecnologia ESSBASE.**

**Il sistema di Marketing Intelligence è oggi “il sistema di analisi” di SISAL, repository certificato delle informazioni di business.**



## **Massimiliano Calogero**

Associate Partner, Enterprise Solutions

KPMG Advisory S.p.A.

Tel +39 (06) 80971.1

Mobile +39 3482339961

[mcalogero@kpmg.it](mailto:mcalogero@kpmg.it)



## **Luca Colognola**

Manager, Enterprise Solutions

KPMG Advisory S.p.A.

Tel +39 (06) 80971.1

Mobile +39 3483055068

[lcolognola@kpmg.it](mailto:lcolognola@kpmg.it)