



Schuitema krijgt meer inzicht in koopgedrag consumenten

C1000-vestigingen profiteren van inzet Informatica-software voor optimalisatie van klantinzicht, winkelindeling en supply chain.

De prijzenoorlog die sinds 2003 tussen de Nederlandse supermarkten woedt, heeft veel teweeg gebracht in de foodretailbranche. De concurrentie is feller geworden en onderscheiden van concurrenten wordt steeds moeilijker. Voor Schuitema, de organisatie achter C1000, werd mede door deze prijzenoorlog de behoefte aan informatie en cijfers steeds groter. Deze cijfers en informatie waren nodig om meer inzicht te krijgen en op basis daarvan betere beslissingen op het gebied van winkelinrichting en acties te kunnen nemen.

Uitdagingen:

- Inzicht verkrijgen in het koopgedrag van consumenten
- Voorzien in betrouwbare beslisinformatie voor de C1000-vestigingen
- Migreren van losse systemen naar één geheel nieuw ERP-pakket

Gebruikte Informatica-producten en -diensten:

- Informatica® PowerCenter®

Voordelen:

- Inspelen op koopgedrag, met name tijdens actieperiodes
- Winkelverbeteringen doorvoeren en supply chain optimaliseren
- Aanzienlijke tijdsbesparing bij datamigratieprojecten

Schuitema en C1000

Schuitema is de supermarktorganisatie achter C1000. C1000 is de grootste keten van supermarktondernemers in Nederland. Het concern werkt volgens een formule waarbij een lokale ondernemer zijn eigen winkel runt. Deze zelfstandig ondernemer kent de plaatselijke situatie als geen ander en zorgt voor een lokale vertaalslag van de C1000-formule. Schuitema levert vanuit het hoofdkantoor in Amersfoort grootschalige ondersteuning aan alle winkels. Op deze manier vullen zij elkaar aan en vormt deze samenwerking de basis van het succes van C1000. Met 373 supermarkten en een jaarlijkse omzet van ruim 4 miljard euro is C1000 de tweede supermarktformule van Nederland. C1000 is een klantgerichte full-service supermarkt die voortdurend meegroeit met de wensen en behoeften van de consument. Het is een sterke, succesvolle formule waarin een prijsagressief karakter samengaat met een goede kwaliteit. In alles staat de klant centraal.

Nieuwe uitdagingen in foodretail

De supermarktbranche is al jaren volop in beweging. Met prijsverlagingen en grootschalige acties proberen supermarktketens zoveel mogelijk klanten van andere supermarkten binnen te halen. “Door alle ontwikkelingen in de afgelopen jaren ontstond er duidelijke behoefte aan meer business intelligence”, vertelt Arno Becker, adviseur business intelligence bij Schuitema. “Het wordt steeds belangrijker om het koopgedrag van consumenten goed te kunnen inschatten en daar je assortiment op aan te passen.” Becker werkt al sinds 1995 met Informatica PowerCenter en heeft met eigen ogen het toenemende belang van informatie gezien.

“In 1995 startten wij als eerste klant van Informatica in Nederland met PowerCenter. We gebruikten dat destijds voor het laden van ‘achterdeurinformatie’ in het datawarehouse voor marketing. Achterdeurinformatie is wat Schuitema factureert aan de ondernemer. Voordeurinformatie, de informatie over wat er over de toonbank gaat, kwam toen nog vanuit de boekhouding en daar werd een aantal rapportagemogelijkheden voor gebouwd”, vertelt Becker. In de loop der jaren groeide dat gebruik dusdanig dat alle ondernemers online vanuit de winkel financiële rapportages konden opvragen en zich konden meten aan de prestaties van andere vestigingen. “De tweede grote uitbreiding betrof het laden van logistieke gegevens in het datawarehouse, maar de

“Zonder ons datawarehouse zouden we geen verbeteringen in de winkel kunnen doorvoeren en hebben we veel minder inzicht in het koopgedrag van de consumenten. Deze zaken zijn absoluut onmisbaar in onze missie om de consument op een aangename en onderscheidende manier met de dagelijkse boodschappen te helpen geld, tijd en gedoe te besparen.”

– Arno Becker,
adviseur business intelligence bij Schuitema

belangrijkste evolutie van ons datawarehouse heeft de afgelopen jaren plaatsgevonden”, vervolgt hij. “Promotie forecasting speelt een steeds grotere rol nu, dus we gebruiken het datawarehouse om de schappen in de winkel zo optimaal mogelijk in te richten. Dat doen we op basis van de point-of-sale (POS) data. Deze gegevens betreffen alles wat per vestiging langs de kassa gaat. Deze data gaat op artikelniveau en op kassabonniveau naar Amersfoort.”

Inspelen op koopgedrag

In principe worden, onder normale omstandigheden, de kassagegevens van de winkels één keer per dag binnengehaald, zodat in Amersfoort de omzet- en afzetgegevens geanalyseerd kunnen worden. In actieperiodes, zoals de Euroweken, worden de gegevens maar liefst vijf tot zes keer per dag naar Amersfoort gehaald en gevolgd. “De Euroweken zijn een gigantische logistieke operatie. De distributiecentra zitten helemaal vol. Het is dan ook heel belangrijk dat we kunnen voorspellen wat een bepaalde actie gaat doen. Dankzij ons datawarehouse en de business intelligence-omgeving kunnen we tijdens een actie bijsturen op logistiek en inkoop.”

Becker stelt dat het moeilijk is om een bedrag te plakken op de besparingen die ze realiseren met hun datawarehouse en business intelligence-omgeving, maar hij noemt het datawarehouse een absolute voorwaarde om concurrerend te blijven. “Zonder ons datawarehouse zouden we geen verbeteringen in de winkel kunnen doorvoeren en hebben we geen inzicht in het koopgedrag van de consumenten,” verklaart hij. “Deze zaken zijn absoluut onmisbaar in onze missie om de consument op een aangename en onderscheidende manier met de dagelijkse boodschappen te helpen geld, tijd en gedoe te besparen.”

Rapportages

Naast de winkelverbeteringen en het voorspellen van het koopgedrag, wordt het datawarehouse ingezet voor rapportagedoeleinden. PowerCenter wordt gebruikt om gegevens in het datawarehouse te krijgen uit de logistieke systemen, de ERP-applicatie en het warehouse managementsysteem dat in de distributiecentra draait. “Er draaien zo’n 1000 rapportages op ons datawarehouse, dus we halen er veel uit”, stelt Becker. “Commerciële beslisinformatie rondom vestigingspunten heeft een heel nadrukkelijke focus binnen Schuitema. Daarnaast halen we voor marketingdoeleinden informatie omtrent voor- en achterdeuromzetten uit de systemen, halen we er financiële rapportages uit en inkooprapportages. Voor dit laatste wordt de informatie gehaald uit conditiemanagement-systemen, waarin afspraken met de leveranciers opgenomen zijn, zoals prijzen, aantallen en staffelkortingen.”

PowerCenter voor datamigratie

Schuitema zet PowerCenter breed in. Naast het gebruik om data in het datawarehouse te laden, wordt PowerCenter ingezet om operationele systemen met elkaar te laten communiceren via een interface database. Behalve deze twee toepassingen gebruikt Schuitema de tool ook voor datamigratie. Becker vertelt: “Een aantal jaar geleden zijn we overgestapt op een ERP-pakket. Dat hadden we tot die tijd nog niet, dus bij dit project hebben we PowerCenter ingezet om de gegevens uit alle betrokken systemen te halen en over te hevelen naar het nieuwe ERP-pakket.”

Bij Schuitema werd PowerCenter niet meteen vanaf het begin gebruikt als tool voor datamigratie. Voorheen gebeurde dat met een applicatie die binnen Schuitema met behulp van de standaard ontwikkeltool Cool:Gen was ontwikkeld. “Vroeger ontwikkelden we alle applicaties zelf. Veel IT-ers konden daardoor goed met Cool:Gen overweg en hadden een sterke voorkeur voor zelfgebouwde applicaties. Omdat PowerCenter succesvol werd ingezet voor het datawarehouse, zijn we gaan kijken naar de mogelijkheden om de tool ook voor datamigratie te gebruiken. Het aantal mensen dat voldoende kennis van zaken had van Informatica PowerCenter was echter beperkt en daar hebben we eerst in moeten investeren. Het heeft mede daardoor even geduurd voordat we PowerCenter ook voor datamigraties gingen inzetten.”

De voordelen van de inzet van PowerCenter bij datamigratie zijn duidelijk zichtbaar, volgens Becker. “Door het gebruik van PowerCenter kunnen we aanzienlijke tijdsbesparingen boeken in migratietrajecten en ook het beheer van de mappings is een stuk gemakkelijker”, verklaart hij. “Inmiddels zitten we weer in een selectietraject voor een nieuwe ERP-tool en ook bij dit project gaan we PowerCenter inzetten om de gegevens te migreren.”

Toekomst

Naast het nieuwe datamigratieproject dat aanstaande is, ziet Becker ook op een aantal andere vlakken nog ruimte voor het verder inzetten van Informatica PowerCenter. “Het verder analyseren van de kassabonnen zou een volgende stap kunnen zijn. Met data mining kunnen we analyses maken en kijken of er relaties tussen bepaalde aankopen gelegd kunnen worden.”

Verder constateert Becker toenemende aandacht voor datakwaliteit, master data management en metadata. “Er lopen nu wat projecten rondom artikelbeheer op het gebied van datakwaliteit en master data management. Dat doen we nu nog zonder tool, maar er zal vanzelf wel behoefte ontstaan om ook daar tooling voor te gaan gebruiken. Metadata is ook heel belangrijk, maar het is moeilijk om hier een business case voor te bouwen. Maar ik ben ervan overtuigd dat we er vroeg of laat toch wat mee moeten doen. Het vergroot de betrouwbaarheid van data nog verder”, stelt Becker.

“Informatica PowerCenter voldoet heel goed en is uitermate stabiel, dus ik ben er zeker van dat de tool ons ook bij toekomstige projecten zal kunnen ondersteunen”, zegt hij tot besluit.

“De Euroweken zijn een gigantische logistieke operatie. De distributiecentra zitten helemaal vol. Het is dan ook heel belangrijk dat we kunnen voorspellen wat een bepaalde actie gaat doen. Dankzij ons datawarehouse en de business intelligence-omgeving kunnen we tijdens een actie bijsturen op logistiek en inkoop.”

– Arno Becker, adviseur business intelligence bij Schuitema

OVER INFORMATICA

Informatica Corporation is een toonaangevende aanbieder van enterprise data integratie software. Met Informatica kunnen organisaties meerwaarde halen uit de informatiebronnen in de gehele organisatie. Dankzij Informatica's producten zijn bedrijven in staat om bedrijfsdata toegankelijk te maken en deze te integreren, consolideren en migreren tussen alle verschillende systemen en processen met waarborging van data kwaliteit. Op deze manier wordt de complexiteit verminderd, consistentie verzekerd en de business voorzien van waardevolle informatie. Informatica heeft een in de praktijk bewezen en succesvol trackrecord in het ondersteunen van 's werelds meest vooraanstaande bedrijven die vertrouwen op Informatica om data integratievraagstukken, ongeacht complexiteit en schaalgrootte, tegen lage kosten en tijdig uit te voeren.