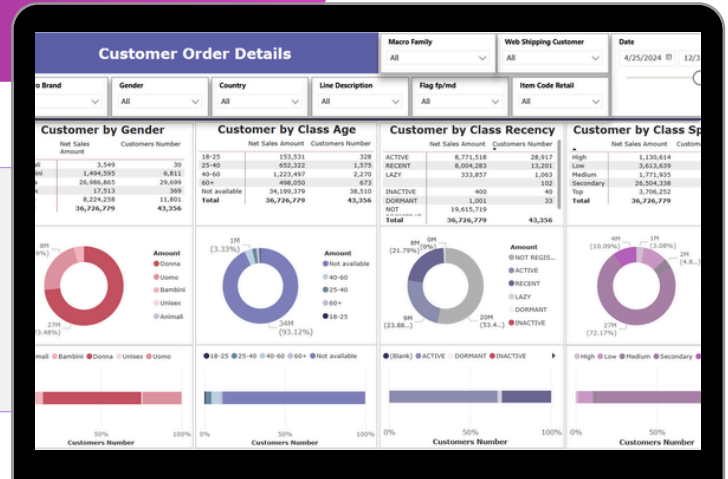


Retail & Wholesale Fashion Analytics

Un unico ambiente integrato di raccolta dati da tutte le sorgenti disponibili, a supporto dei processi di analisi e reporting nei principali ambiti **Wholesale** e **Retail**.



Sul sistema vengono mappati i modelli semantici PowerBI, utilizzati dagli utenti per costruire in modo semplice ed immediato analisi e report, avvalendosi delle metriche e dimensioni in cui il singolo ambito risulta organizzato. In particolare:

- **SKU** (fino al livello di colore e taglia), aggregato per Brand/Linea
- **Store**
- **Canale** (Online, Brick and mortar, Marketplace, ecc.)
- **Cliente**
- **Fornitore**
- **Stagione**



I principali KPI sono tutti precalcolati, rendendo così estremamente agevole l'operatività nell'ambito del sistema di Business Intelligence.

Nel contesto del Data Mart **Retail** in particolare:

- **Sell Out** (Marginalità su PMP e/o Listino Wholesale, Mark Down/Full Price, People Count, Incidenza Fatturato/Mq, Scontrino medio)
- **Sell In** (Ordinato, Consegnato, Resi di fine stagione)
- **Calcolo Sell Through**
- **Analisi L4L**
- **Giacenze**
- **Effetti cambio (analisi a cambi costanti)**
- **Analisi sul Cliente** (Loyalty, Class Spending, Class Frequency, Customer Age)
- **Budget a Analisi degli scostamenti**



Nel contesto delle analisi **Wholesale**, mirate al monitoraggio della campagna vendite per la singola stagione, si evidenziano:

- **Calendario della Campagna vendite**
- **Budget Campagna vendite per Stagione/Linea/Cliente**
- **Analisi Andamento** (Pre-Ordini, Ordini, Spedizioni, Fatturato)
- **Confronti con stagioni precedenti e corrispondenti** (PE25 vs PE24 o AI24)

How we do it: Data Platform



Uno dei principali vantaggi della soluzione è la sua capacità di raccogliere e centralizzare **grandi quantità di dati da fonti eterogenee**. Questo permette di avere una visione completa e integrata dei dati a disposizione. Inoltre, svolge un ruolo cruciale nella **trasformazione, consolidamento e certificazione dei dati** garantendo che tutte le decisioni siano basate su dati accurati e affidabili. La raccolta e organizzazione dei dati si articola nelle fasi di:

Estrazione dati da qualsiasi sistema sorgente

- OMS Retail
- CRM
- Piattaforme E-Commerce
- ERP
- Dati non strutturati (XML, CSV XLSX)

Trasformazione dei dati

- Applicazione regole di business
- Controlli di integrità
- Validazione
- Unione e omogeneizzazione in strutture di fatti e dimensioni

Load finale del Data Platform

- Alimentazione di un unico Data base coerente, certificato e disponibile per più obiettivi
- Segmentazione in Data Mart per le analisi finali e per perimetri di competenza

