



Werbeerfolgskontrolle – Dem Nutzen auf der Spur

## Wie Prospektbeilagen wirken oder prüfen, was die Werbung bringt ■

### AUSGANGSSITUATION

Prospektbeilagen in Tageszeitungen sind ein zentrales Werbeinstrument einer Warenhausgesellschaft. Das Einzelhandelsunternehmen veröffentlicht pro Jahr mehrere hundert Werbeprospekte. Die genauen ökonomischen Auswirkungen dieses Werbemediums analysiert das Einzelhandelsunternehmen derzeit noch manuell und sehr aufwändig. Deshalb arbeiten Microsoft und das Düsseldorfer Beratungshaus ORAYLIS an einem neuen webbasierten Berichtssystem zur Beurteilung der Prospektwerbung.

Informationen über den Abverkauf der beworbenen Artikel im Prospekt übersichtlich und schnell angezeigt zu bekommen, ist für Kaufleute und Marketingexperten so wichtig wie das tägliche Brot: Welche beworbenen Artikel wurden in welcher Filiale, in welcher Abteilung verkauft? Welcher Umsatz, welcher Gewinn wurde gemacht? Den entsprechenden Erlösen sind relevante Kosten, wie Produktions- und Verteilungskosten, gegenüber zu stellen. Die Berechnung der Kostenseite ist vergleichbar einfach, doch wie steht es um die genauen Erlöse? Anhand dieser Zahlen lässt sich feststellen, ob der Einsatz des Werbeprospekts lohnenswert war.

### LÖSUNG

Mehrere Tage in Folge wurden dazu die Abverkäufe in den Filialen bzw. Abteilungen gezählt, aus verschiedenen Berichtssystemen erstellten die Nutzer Standardberichte. In schnelllebigem Zeiten ist diese Methode wenig flexibel und zu zeitaufwändig. Gemeinsam mit dem Handelsunternehmen und dem Kooperationspartner Microsoft hat das Beratungshaus ORAYLIS jetzt eine moderne Alternative entwickelt: eine Business Intelligence Lösung auf Basis eines Microsoft SQL Server 2008.

Die neue Lösung ersetzt eine uneinheitliche Systemlandschaft; bisher mussten die Nutzer mit mehreren unterschiedlichen Lösungen arbeiten. Jetzt fließen die Ergebnisse aus dem operativen Geschäft zeitnah ins neue System. Die Daten werden mittels Integration Services (ETL) auf einer gemeinsamen Schnittschicht zusammengeführt und dann in Analysis Services Datamarts geladen. Was früher in unterschiedlich „gewachsenen“ Berichtsformen gepflegt wurde, kann heute als Web-Reporting einheitlich, systematisch und anwenderfreundlich abgefragt werden.

### NUTZEN

Die Business Intelligence Lösung von ORAYLIS ermöglicht allen Anwendern einen schnellen und komfortablen Zugriff auf die benötigten Informationen und reduziert gleichzeitig in nicht unerheblichem Maße die Betriebskosten; es entfallen manuelle Tätigkeiten, Routineaufgaben werden beseitigt und die Fehlerquote ist geringer. Um die Business Intelligence Lösung zu entwickeln, nutzte ORAYLIS alle Kompetenzen: Beratung, Konzeption und technische Projektleitung, Realisierung der Lösung und Schulung der Anwender (auch in der Erstellung eigener Reports).

*„Der erste Prototyp wurde in nur 1 ½ Wochen präsentiert. Mit unseren vorhandenen BI Lösungen wäre das unmöglich gewesen.“*

Projektleiter Warenhausgesellschaft

Kunde

Führendes bundesweites  
Warenhausunternehmen

Branche  
Handel

Dienstleistung

Analyse, Beratung, Konzeption,  
technische Projektleitung,  
Softwareentwicklung, Schulung

Eingesetzte Technologie

Microsoft SQL Server 2008  
Microsoft Integration Services (ETL)  
Microsoft Analysis Services  
Microsoft SharePoint Server 2007  
SAP (Theobald Adapter)

### AUF EINEN BLICK

Schneller, bequemer, sicherer –  
Was früher in unterschiedlich  
„gewachsenen“ Berichtsformen  
manuell und sehr aufwändig gepflegt  
wurde, ist heute als Web-Reporting  
einheitlich, systematisch und  
anwenderfreundlich abfragbar.