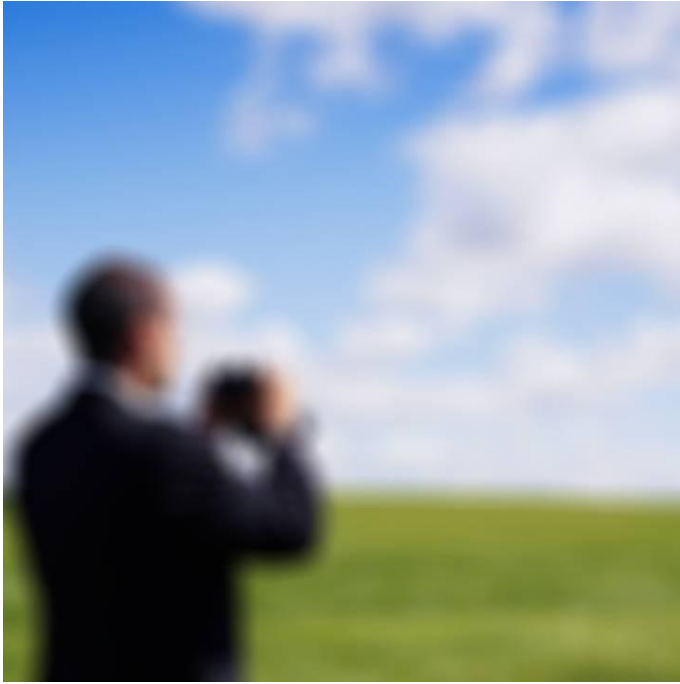


ascention



sales
analysis
discovery 

ascention >> sales discovery analysis ist die zentrale Plattform für Ihren Vertrieb. Erstellen Sie eigenständig und intuitiv Ihre Vertriebsmodelle, sowie web-basierende ad-hoc Analysen.

Die Vertriebsanalyse ist bei den meisten Organisationen das erste Instrument mit dem sehr zeitnah Marktveränderungen festgestellt werden können. sales discovery analysis präzisiert und gliedert die Vielzahl der Einflussgrößen, sodass eine 360 Grad-Wahrnehmung möglich wird. Bereits wenige Analyseparameter (Dimensionen) ergeben in einer Analyse hunderte von verschiedenen Berichten die ein Analyst permanent in Kombination betrachten müsste. Ein derartiger Auswertungshorizont lässt sich ausschließlich durch eine entsprechende Technologie (OLAP) sowie vorgedachte Konzepte überwachen.

ERP oder Warenwirtschaftssysteme bieten entweder nur sehr einfache und statische Auswertungen, die direkt auf die operativen Daten zugreifen oder im weiteren Sinne vorkonfigurierte OLAP Würfeln, die weder eine Durchgängigkeit auf Belegebene haben noch vom Analysten dynamisch auf neue Anforderungen angepasst werden können.

READY 2 GO ANALYSE

sales discovery analysis ermöglicht durch multidimensionale Betrachtungen der Vertriebsdaten ein entscheidungsunterstützendes Analyseergebnis zu gewinnen.

Geschäftseinheiten, Regionen, Produkte, Vertriebskanäle, Mitarbeiter- und Kundenhierarchien können sowohl beliebig miteinander kombiniert als auch um Dimensionen erweitert werden. Ebenso flexibel lassen sich Ansichten für die einzelnen Auswertungen definieren. Für Ihr Benchmarking, Ihre ABC-Analysen und diversen Kennzahlenanalysen im Vertrieb sowie für eine Steuerung über eine Management Scorecard stellt sales discovery analysis eine wichtige Unterstützung dar.

BUSINESS FLEXIBILITY

Sich verändernde Märkte bedingen Anpassungen in den Vertriebsprozessen sowie in dem Geschäftsmodell des Unternehmens. Der aus den neuen Situationen entstehende Analysebedarf musste bisher von Beratern und IT Experten aufwändig und kostenintensiv modelliert werden. Mit dem mehrstufigen Discovery Prozess von ascention wird die Fachabteilung in die Lage versetzt, höchst dynamisch auf alle relevanten Unternehmensdaten zuzugreifen und selbst in einfacher und verständlicher Form Analysen mit der OLAP Technologie oder Web basierendem Ad-hoc Reporting zu erzeugen.

Zudem ist es möglich parallel mehrere Vertriebsmodelle zu kreieren und zu testen (Unternehmenszukäufe, Markteintritt in neue Vertriebskanäle, etc.), um das ideale Messinstrument zu identifizieren und die vielfachen Risiken besser abschätzen zu können.

Fachanwender mit analytischen Fähigkeiten ersetzen an dieser Stelle den externen Berater, der bisher bei neuen Anforderungen an das Datenmodell eingreifen musste. Mit nur kurzer Einschulung sowie praktischer Anwendung der Benutzer aus den Fachabteilungen gelingen diese Schritte ganz ohne externe Hilfe.

KOMPONENTEN

sales discovery analysis besteht aus einer fachlichen und technischen Komponente. Die fachliche Seite bilden die Referenzmodelle des ascention Teams. Der technische Teil besteht aus einem Business Content auf Basis von BI-Hersteller-Technologien von IBM Cognos, Microsoft und ascention.





KENNZAHLEN [BEISPIELE]

- >> Auftrags- Eingänge/Bestände
- >> Umsatzkennzahlen
- >> Absatzmengen
- >> Durchschnittspreise
- >> Deckungsbeiträge
- >> Break Even Point
- >> Marktanteil
- >> div. Außendienst-Kennzahlen

BUSINESS CONTENT [BEISPIELE]

Kunden, Märkte, Vertriebskanäle, Vertreter, Profitcenter, Kundensegmente, Artikel, Sparten, Sortimente, Produktgruppen, Liefertermine

AUSWERTUNGEN [BEISPIELE]

- >> Abverkäufe
- >> Preisentwicklungen
- >> Kunden-/Produktrentabilität
- >> Cross-Selling Auswertung
- >> Vertriebskanal Analysen
- >> Effizienz von Vertriebsinstrumenten
- >> Effektivität von Vertriebsinstrumenten
- >> Hitlisten
- >> ABC Analysen
- >> Simulationen

TECHNISCHE BASIS

Mit der IBM Cognos 8 BI Frontend Technologie erhält der Anwender die Möglichkeit alle bekannten „state of the art“ Features im Analyse- und Reporting-Bereich zu verwenden. Drag & Drop in der Analyse, mehrstufige verschachtelte Hierarchien, Drill- Down/ Drill-Through und unzählige Grafiktypen, die interaktiv zur Navigation genutzt werden können. Ergänzend ist die Verwendung der Microsoft SQL Server Analysis Services für die Analyse möglich – durch Integration des analyse studios.

Die notwendigen Datenstrukturen und die Datenqualitäts-sicherung werden durch das user-driven data warehouse gewährleistet.

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

>> Lesen Sie im Fact Sheet „user-driven data warehouse“ wie das erforderliche Datenmanagement zu Ihren Quellsystemen organisiert wird.

>> Lesen Sie im Fact Sheet „ascention analysis studio“ wie Sie einfach, rasch und kostengünstig, Microsoft OLAP Würfeln im Web für beliebig viele User zugänglich machen.

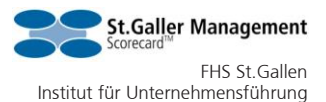
Corporate Solutions

corporate finance ✓
corporate process ✓
procurement ✓
sales planning ✓
sales discovery analysis ✓
analysis studio ✓
value analyzer ✓
St. Galler Management Scorecard™ ✓
user-driven datawarehouse ✓



bernd gisinger
managing consultant

t. +49.7541.95283-100
bernd.gisinger@ascention.com



ascention 
information management gmbh

otto-lilienthal-straße 2
D-88046 friedrichshafen
t. +49.7541.95283-0

geschäftsführer
peter smoly

wimbergergasse 14-16
A-1070 wien
t. +43.01.5224-322

geschäftsführer
peter smoly

teufenerstrasse 25
CH- 9000 st. gallen
+41.79.3495272

geschäftsführer
uwe weimer
peter smoly