

CDH – Imate li jedinstven pogled
na svoje partnere
Agrokor

Ante Laušić
Agrokor

Agenda

- Uvod
- Integracija podataka
- Agrokor - općenito
- Razlozi
- Ciljevi
- Projekt
- Implementacija
- Iskustva
- Rezultati
- Zaključak

Uvod

- Podaci o poslovnim partnerima postoje u mnogim aplikacijama, sustavima, odjelima... – kako znamo tko nam je partner, kako se ponaša, što treba i koliko je rizičan?
- Izazov nije samo tehnološki već je i većim dijelom organizacijski
 - Organizacijski silosi
 - M&A
 - Nema fokusa na kvalitetu podataka
- Master data management

Integracija podataka

- Master Data Management
 - Proces objedinjavanja, pročišćavanja, objavljivanja i zaštite zajedničke informacijske imovine poduzeća koji osigurava konzistentnost, točnost, upravljanje i odgovornost za kompanijine ključne podatke
- Cilj
 - svim matičnim podacima upravljati na jednom mjestu i sinkronizacija s svim aplikacijama i sustavima koji ih koriste
 - Lakše upravljanje, povećanje kvalitete

Integracija podataka

Gartner

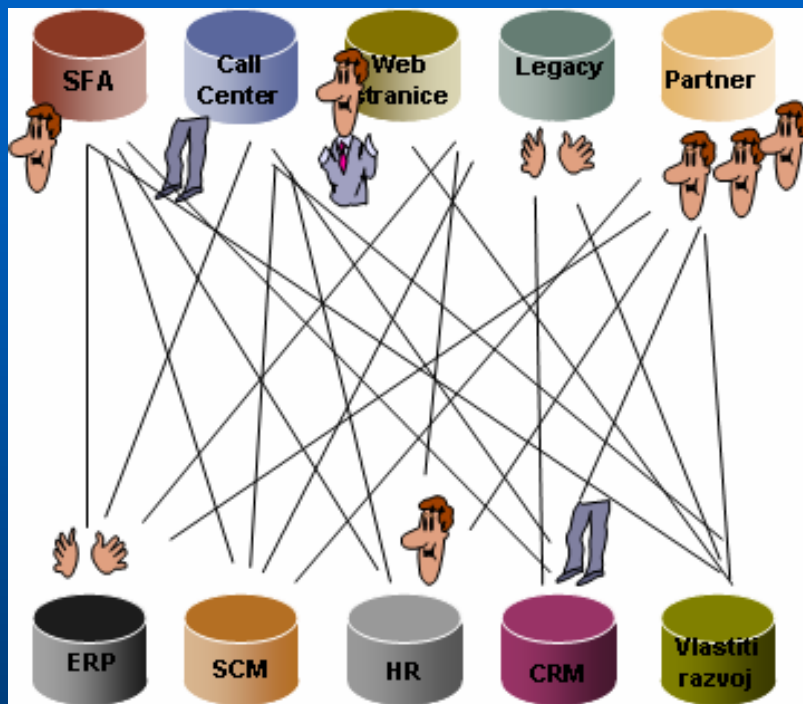
- Smanjivanje troškova
- Orijentacija na upravljanje matičnim podacima
- Zadovoljavanje pravnih regulativa
- CRM projekti
- Potpora BI projektima
- Prilika za poslovni rast
- Rješavanje problema vezanih za M&A
- Povećanje fleksibilnosti IS

AGROKOR

Integracija podataka

- Oracle Master Data Management Solutions:
 - Customer Data Hub
 - Activity Hub
 - Field Service Hub
 - Marketing Hub
 - Sales Hub
 - Service Hub
 - Automotive Captive Finance Customer Hub
 - Case Hub
 - Life Sciences Data Hub
 - Product Hub
 - Supplier Data Hub
 - Financial Consolidation Hub
 - Financial Services Accounting Hub

Integracija podataka

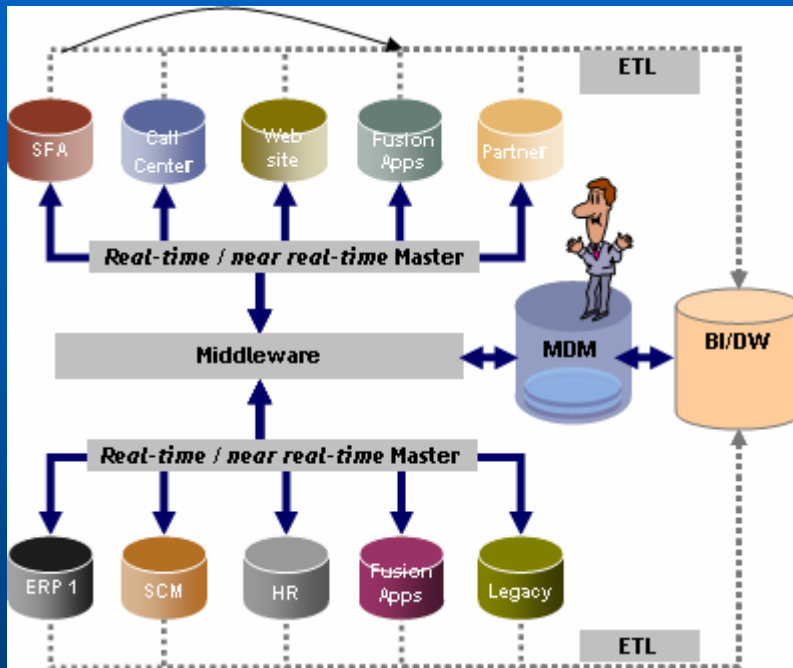


...otoci informacija...

...različite aplikacije pokrivaju više kanala, divizija i funkcija...

...duplicirane, nekompletne, netočne, skupe za integraciju i održavanje...

Integracija podataka



MDM omogućava...

- **Konsolidaciju / ujedinenje** glavnih & dijeljenih informacija na jednom mjestu
- **Centralno čišćenje i obogaćivanje** podataka
- **Distribuciju podataka iz jedinstvenog izvora** kao servis aplikacijama, poslovnim procesima i sustavima za podršku odlučivanju

Integracija podataka

Konsolidacija



- Veza prema 3rd party i nasljednim aplikacijama
- Učitavanja podataka u centralizirani data model

Centralno upravljanje



- Identifikacija i rješavanje duplih zapisa i grešaka
- Obogaćivanje s podacima iz eksternih izvora

Sinkronizacija



- Bilježenje svih promjena u centralnu bazu
- Spuštanje svih promjena u sve povezane aplikacije

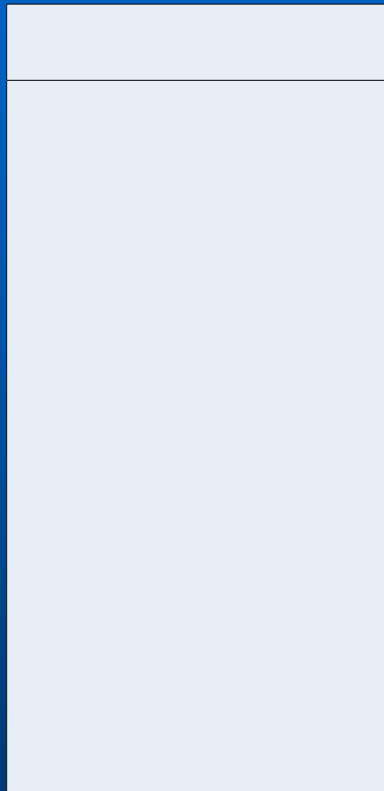
Korištenje



- Izvještavanje
- Kompletan pogled na partnera

Integracija podataka

AGROKOR



Ne
ob
podataka
kreiranja jedinstvenog
zajedničkog zapisa o
kupcu

Samo se zapisuju veze

HROUG 2007

Agrokor - općenito

AGROKOR

- Tijekom, sada već, 30 godina postojanja **Agrokor** je od male obiteljske tvrtke za proizvodnju i prodaju cvijeća, uspio izrasti u vodeći prehrambeno trgovački koncern na tržištu regije.
- primarne djelatnosti: proizvodnja i distribucija hrane i pića te maloprodaja
- Unutar Koncerna između ostalih posluju i najveći hrvatski proizvođač mineralne vode - **Jamnica**, sladoleda - **Ledo**, ulja, margarina i majoneze - **Zvijezda**, najveća hrvatska mesna industrija - **PIK Vrbovec**, zatim **Belje** najveći poljoprivredno industrijski kapacitet u Hrvatskoj, kao i vodeći maloprodajni lanac **Konzum**

Kompanije

AGROKOR

Ulja i margarini					
Sladoledi i zamrznuta hrana					
Vode i pića					
Proizvodnja i prerada mesa					
Maloprodaja, veleprodaja i distribucija					
Ostale djelatnosti					

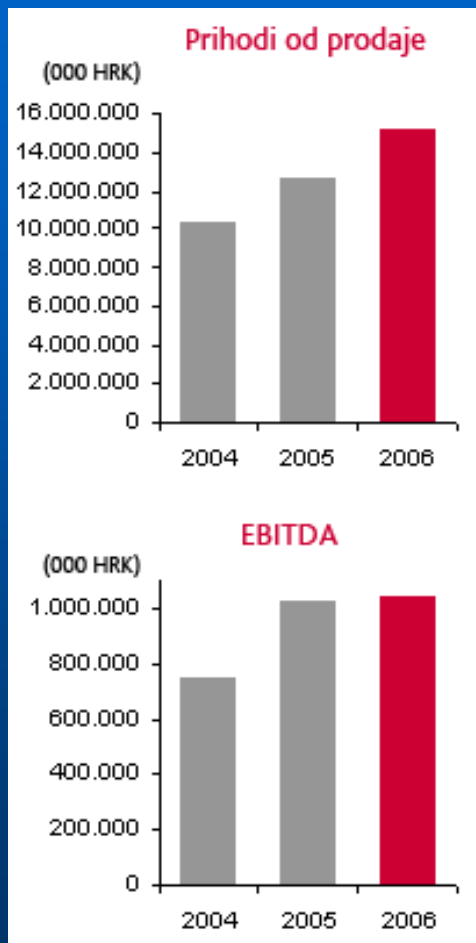
Brandovi

AGROKOR



Brojke

AGROKOR



- Preko 15 milijardi Kn prihoda u 2006. (porast od 20%)
- EBITDA više od milijardu HRK za 2006.
- Oko 25.000 zaposlenih

Regija

AGROKOR



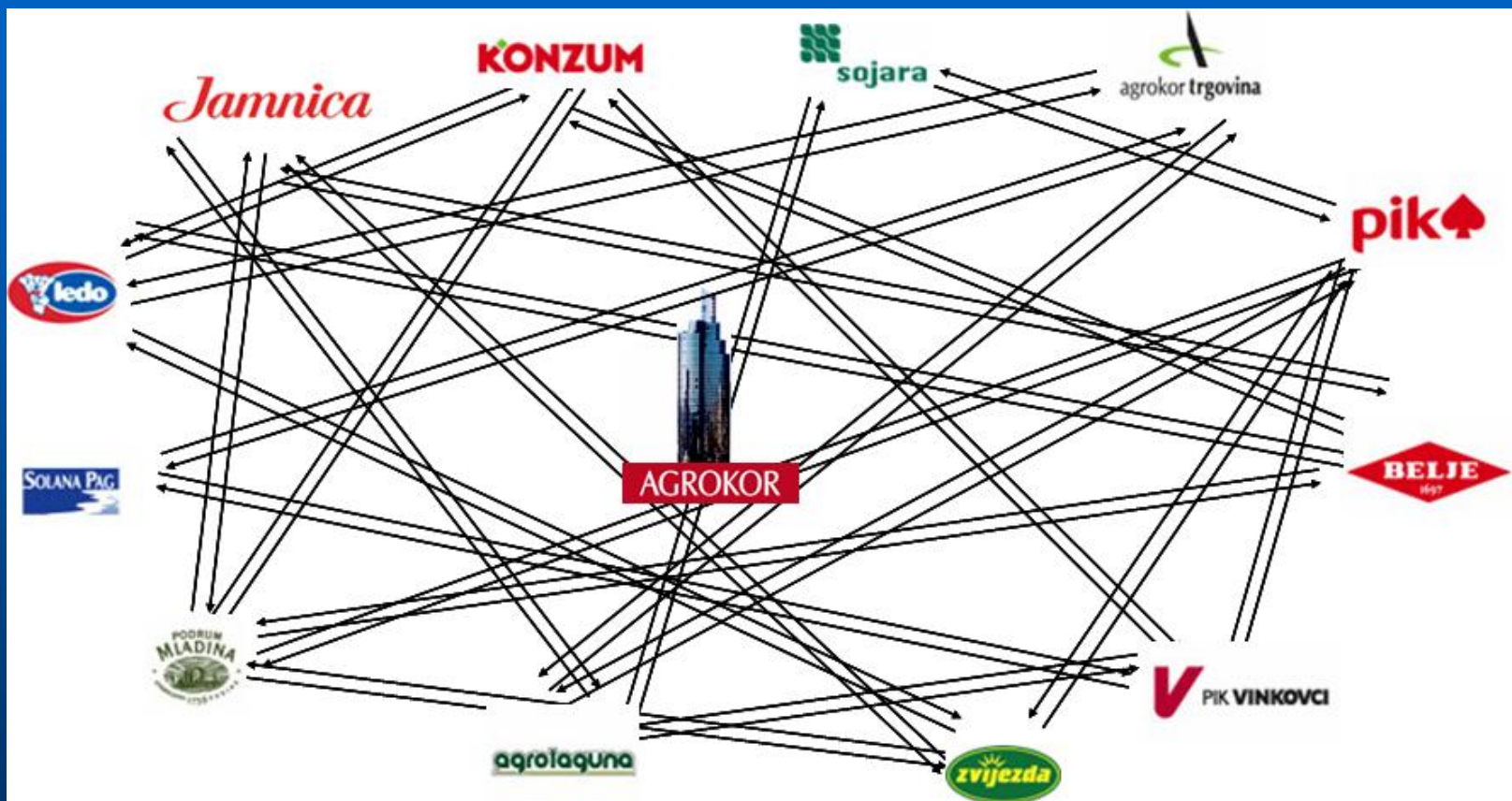
- Koncern Agrokor je prisutan i u susjednim zemljama – Bosna i Hercegovina, Srbija, Crna gora, Slovenija, Mađarska
- Strateški cilj Koncerna je jačanje izvoza i daljnje širenje u zemlje regije

Zašto CDH

- Velik broj kompanija
- Izvještavanje na nivou Koncerna postalo – potrebno puno truda i vremena
- Dinamika izvještavanja neadekvatna

Zašto CDH

AGROKOR



Ciljevi

- Cilj
 - Kreirati konsolidiranu, zajedničku bazu podataka o kupcima i pri tome održavati reference prema originalnim sustavima u kojima se kupci nalaze
 - Fragmentacija i dedupliciranje kupaca koji postoje u više od jedne kompanije unutar Koncerna
 - Uparivanje navedenih kupaca u jedinstveni zapis kupca
 - Korištenje jedinstvenog zapisa kupca kao podloge za DWH i korporativno izvještavanje
 - Povećanje razine kvalitete i atributa zapisa o kupcu
 - Sve to napraviti bez mijenjanja postojećih aplikacija i sustava

Opseg

- Opseg
 - 14 kompanija Koncerna Agrokora u RH
 - Podaci kupljeni od FINE
 - cca 30.000 kupaca nakon uparivanja i pročišćavanja, 90.000 s podacima iz FINE

Projekt

Informacije o implementaciji

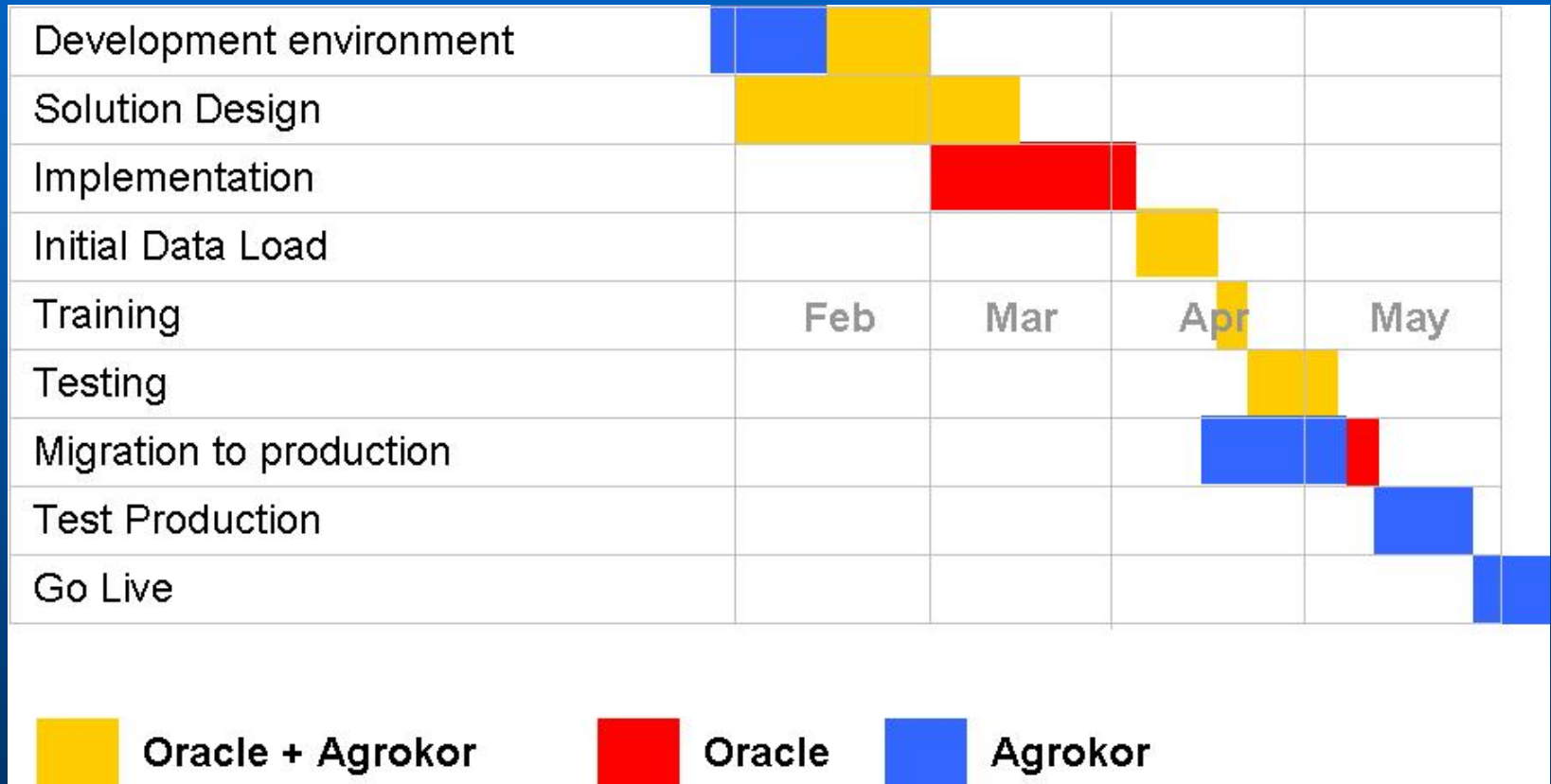
- Implementator: Oracle Consulting
- Postojeći Proizvodi & Faze:
 - SAP – faza implementacije u Konzumu
 - Više ERP rješenja: Aurora, Sirena i Datarius, razne Clipper aplikacije
 - Cognos:
 - Warehousing/intelligence rješenje
- Spajanje CDH na 14 source sustava
- Stvaranje jedinstvenog ID kupca koji se zatim povezuje s izvještajnim sustavom Cognos
- Omogućavanje konsolidiranog izvještavanja na razini korporacije za svakog pojedinog kupca

Informacije o integraciji

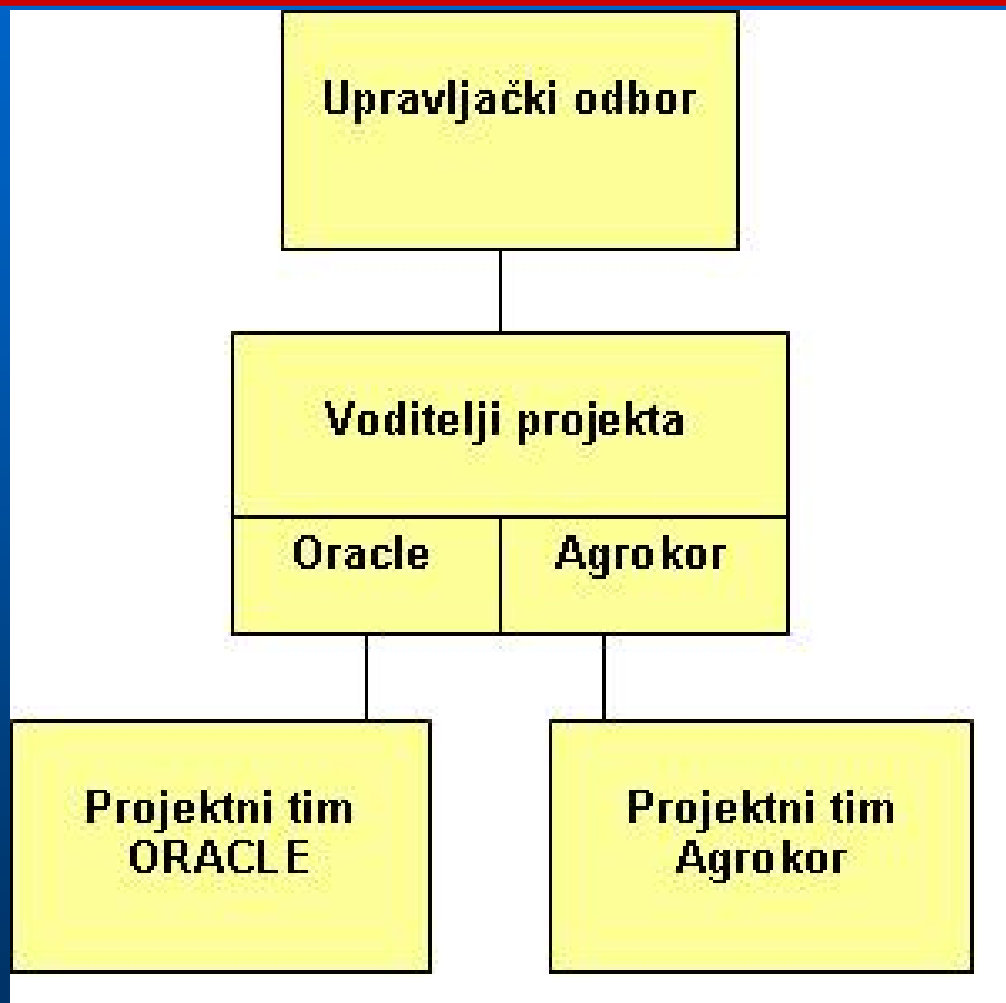
- Customer Hub: Customer Data Hub
- Alati za integraciju:
 - Oracle Warehouse Builder Enterprise ETL
 - Oracle Warehouse Builder Data Quality
 - Oracle Database 10g – Enterprise Edition
- Aplikacije:
 - Customer Data Librarian
 - Customer Data Hub
 - Warehousing rješenje
 - Front End - Cognos

Projekt

AGROKOR



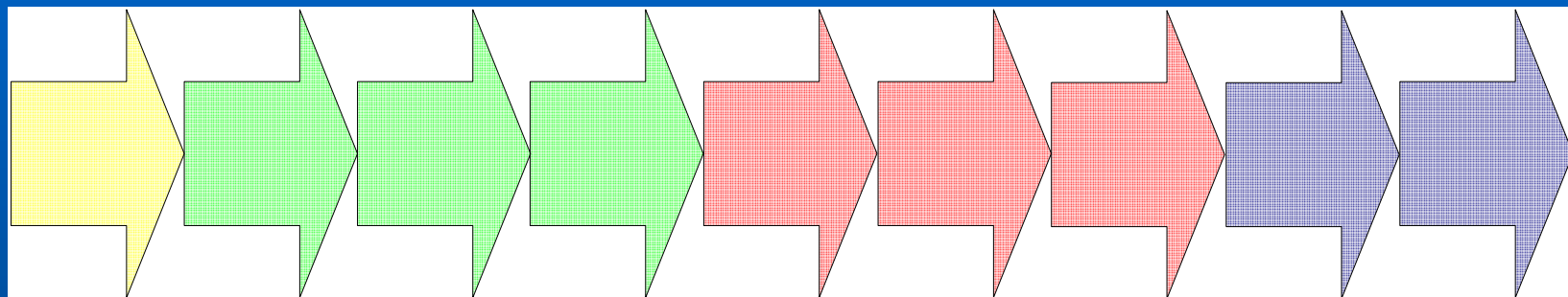
Projekt



AGROKOR

Implementacija

AGROKOR



ETL – Extraction, Transformation and Loading
DQM – Data Quality Management

Prikupljanje
zahtjeva

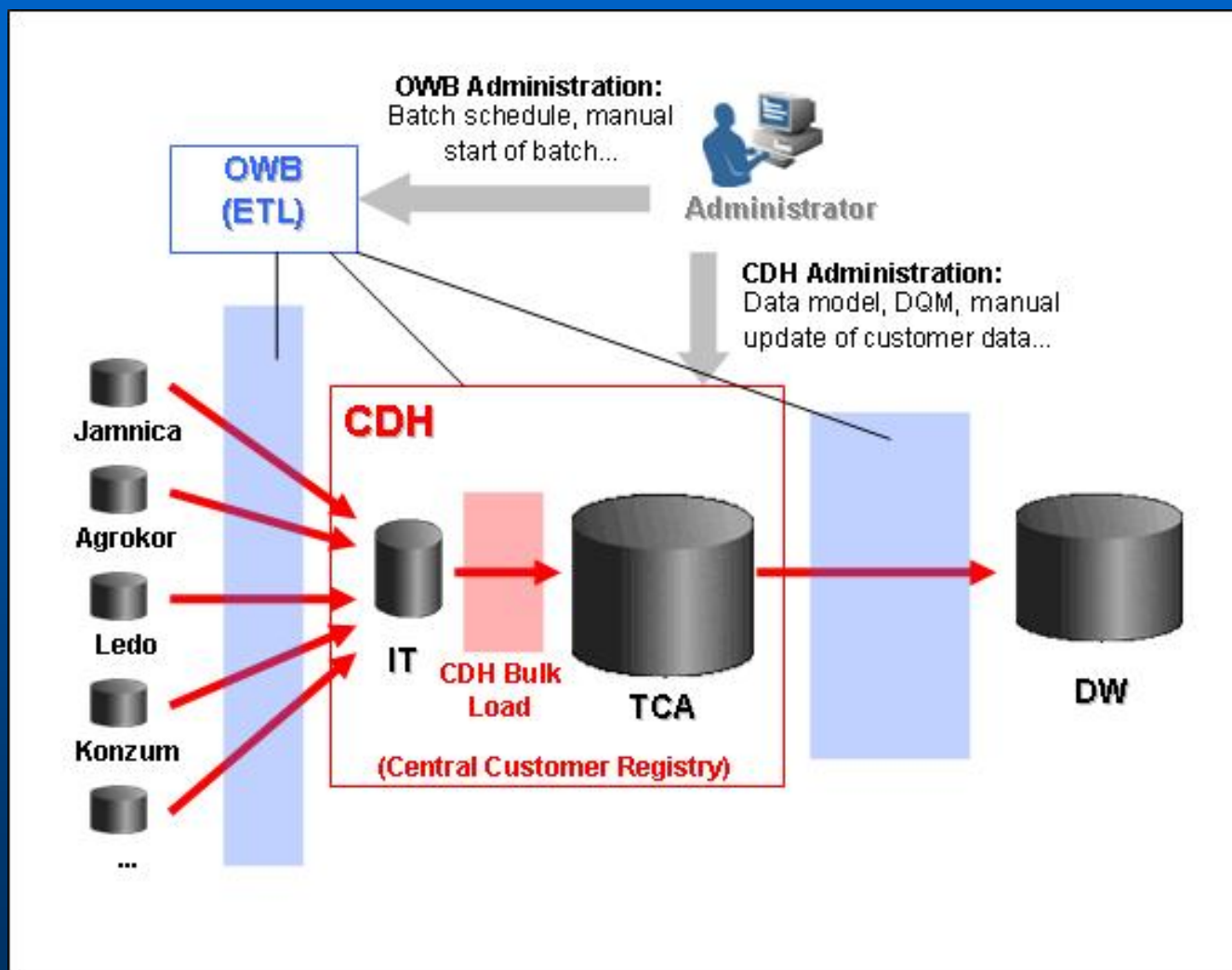
Dizajn modela
podataka

Dizajn ETL
procesa

Dizajn

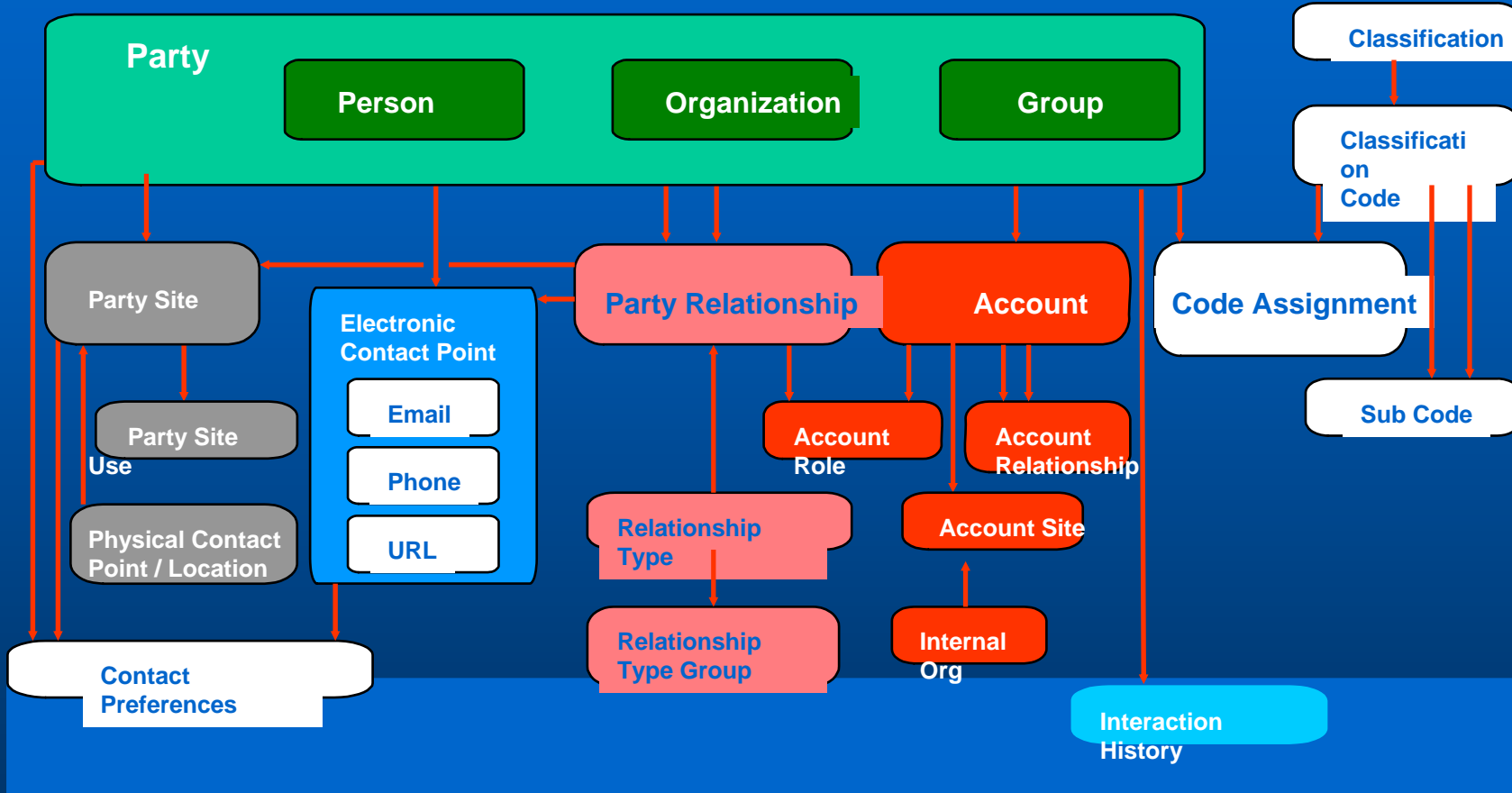
Implementacija

AGROKOR



TCA

AGROKOR

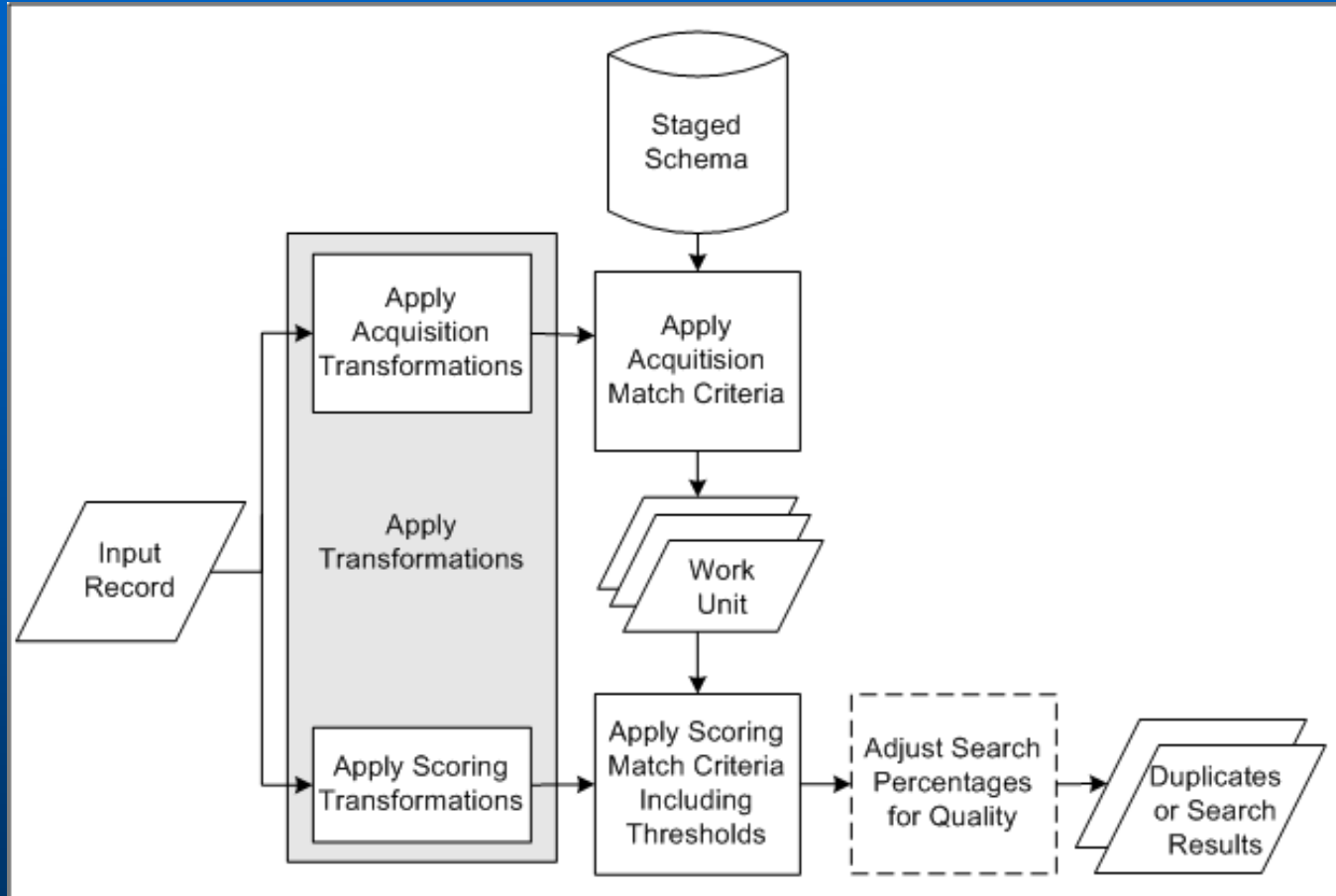


DQM

- Pravila za upravljanje kvalitetom podataka – ključ uspjeha projekta
- Iterativan pristup
 - Inicijalni setup, a zatim tijekom punjenja podataka neprestano podešavanje
- Cilj – upariti što je više moguće kupaca automatski, ali da se ne upare kupci koji nisu dupli

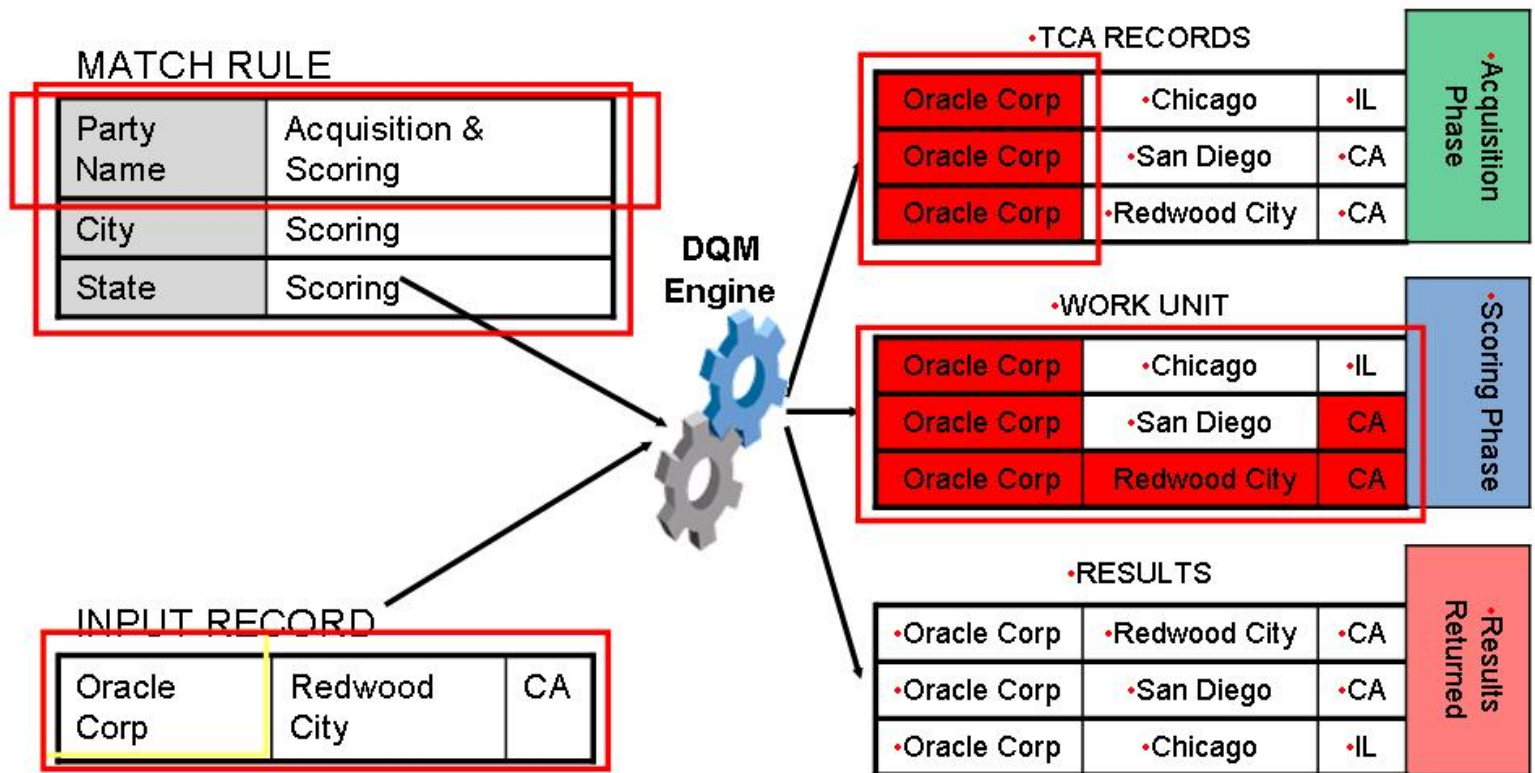
- Odluke
 - Koji sve atributi
 - Koje sve transformacije
 - Koja sve pravila
 - Kako ocjeniti sličnost između dva kupca
 - Kako postaviti pravila za prepoznavanje duplih zapisa i automatsko uparivanje
 - Kako za kupce koje treba automatski upariti odrediti attribute
 - Da li postoje sustavi koji predstavljaju „apsolutnu istinu“

DQM



DQM

Acquisition and Scoring Phases



DQM

View Match Rule

Match Rule Definition

Rule Name	AG- same tax, show name, address, city	Description	
Purpose	Expanded Duplicate Identification	Status	Compiled
Search Operator	Match All	Automerge	No
		Created By	

Attributes, Transformations and Scores

Match Threshold 1000000

Override Threshold

Merge Threshold

[Show All Details](#) | [Hide All Details](#)

Details

Attribute Name	Entity	Purpose	Score
Hide AG- Primary Address1 (CUSTOM_ATTRIBUTE3)	Party	Scoring	100

Transformations	Weight(%)	Adjusted Score	Use Similarity	Similarity(%)
AG_ADDRESS_MOREWORD_EXACT_RMSPECIAL	100	100	<input checked="" type="checkbox"/>	90

Hide AG- Primary City (CUSTOM_ATTRIBUTE2)	Party	Scoring	1000
---	-------	---------	------

Transformations	Weight(%)	Adjusted Score	Use Similarity	Similarity(%)
AG_EXACT_RMSPECIAL	100	1000	<input checked="" type="checkbox"/>	90

Show AG- Primary Country (CUSTOM_ATTRIBUTE1)	Party	Scoring	10000
--	-------	---------	-------

Hide Name (PARTY_NAME)	Party	Scoring	100000
--	-------	---------	--------

Transformations	Weight(%)	Adjusted Score	Use Similarity	Similarity(%)
AG_PARTY_NAME_MOREWORD3_EXACT_RMSPECIAL	100	100000	<input checked="" type="checkbox"/>	90

Hide Taxpayer ID (JGZZ_FISCAL_CODE)	Party	Acquisition and Scoring	1000000
---	-------	-------------------------	---------

Transformations	Weight(%)	Adjusted Score	Use in Acquisition	Use in Scoring	Use Similarity	Similarity(%)
EXACT	100	1000000	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

[Return to Overview](#)

AGROKOR

Iskustva

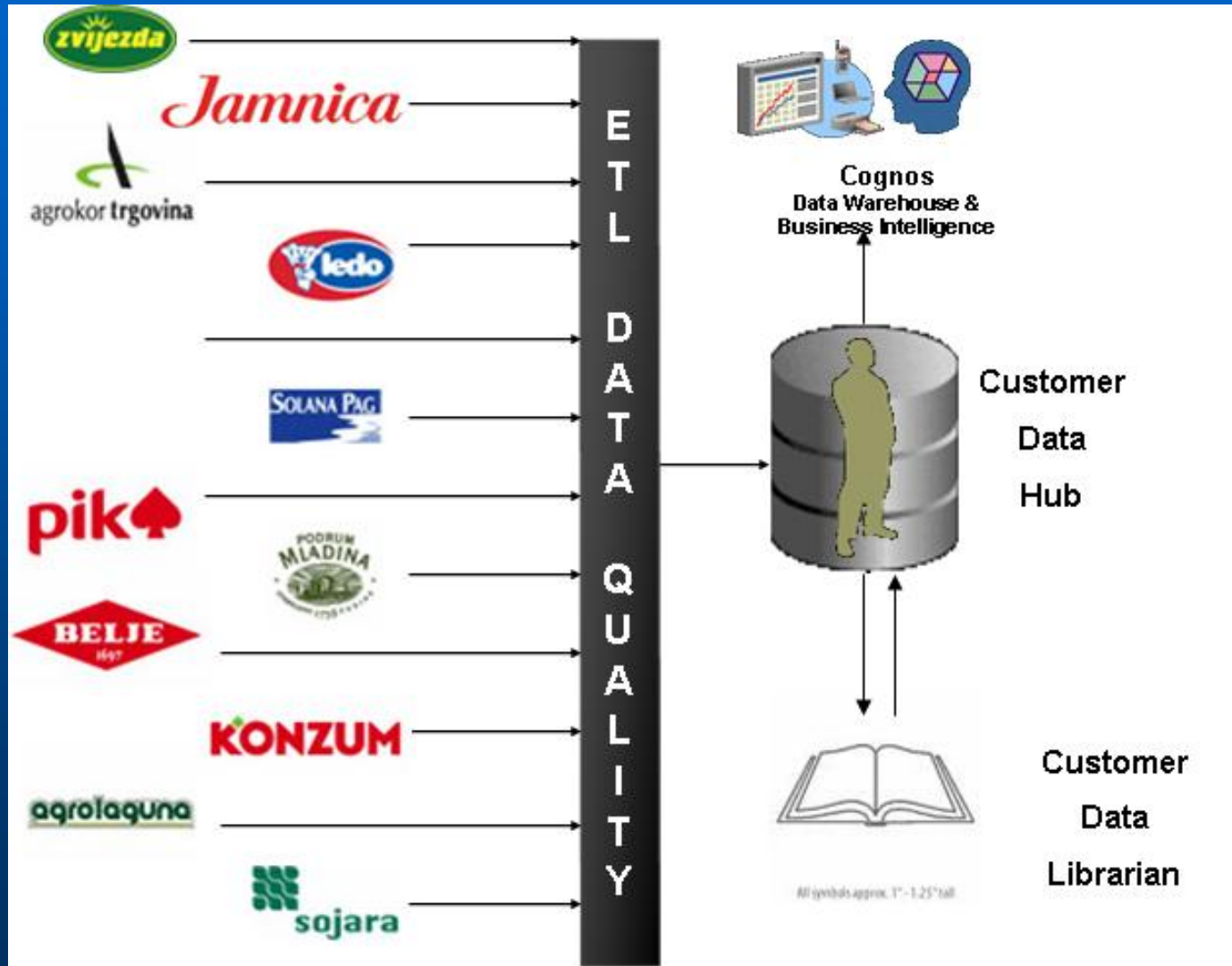
- Ključ uspjeha je bio DQM
- U svim fazama projekta aktivno su sudjelovali i poslovni korisnici – posebno fazi prikupljanja zahtjeva, postavljanja modela podataka i postavljanja DQM

Rezultati

- Brojke
 - 14 izvora (kompanije Koncerna Agorkor) + FINA
 - 30.000 uparenih kupaca, 90.000 s podacima iz FINE
 - 110.000 zapisa iz originalnih sustava
 - cca. 95% automatski uparenih kupaca

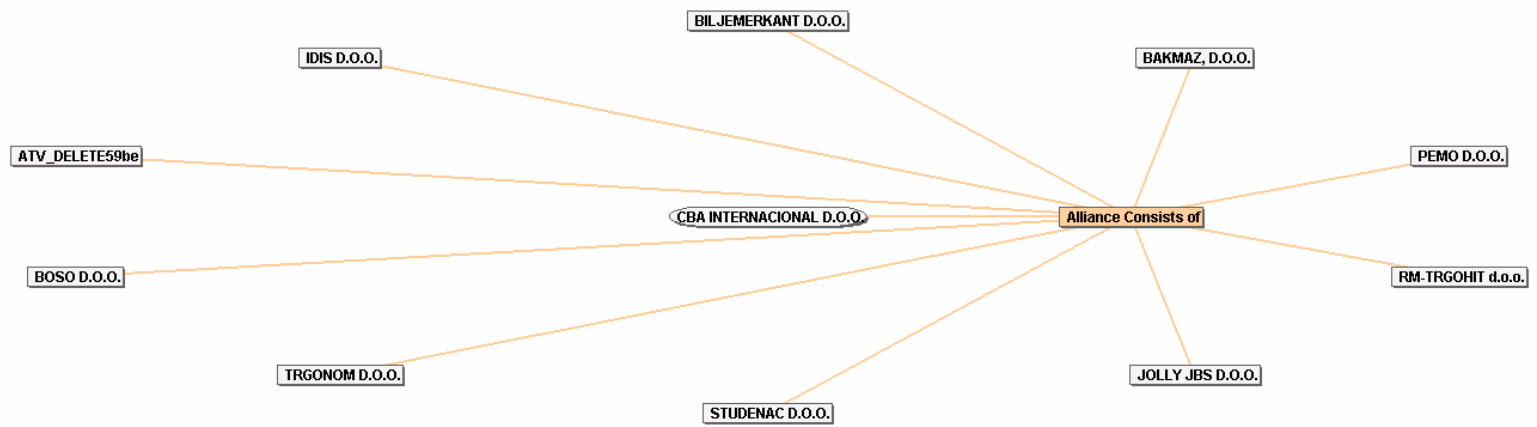
Rezultati

AGROKOR



Rezultati

CBA INTERNACIONAL D.O.O.: Alliance Consists of



✓ Left-click on a node to navigate and display relationships. Right-click on a node to view the specific customer overview page

Rezultati

- Bolji uvid u poslovanje i odnose s partnerima
- Smanjenje rizika i bolja kontrola naplate
- Izvještavanje na dnevnoj razini
- Podloga za bolje upravljanje likvidnošću – kompenzacije
- Podloga za donošenje kvalitetnijih strateških odluka

Umjesto zaključka

Gartner

"Do 2008, kreiranje točnog, ažurnog, bogatog i jedinstvenog zapisa o kupcu kroz kanale prodaje i poslovne jedinice bit će ključ za smanjivanje troškova, upravljanje rizicima i povećanje prihoda i profitabilnosti u organizacijama orijentiranim prema kupcima (vjerojatnost 0.8)."

AGROKOR

Q&A

AGROKOR

Hvala!
Q & A ?

Ante Laušić
ante.lausic@agrokor.hr

www.agrokor.hr