Conoscere i propri numeri



Mercur Business Control

Bologna 5 aprile 2017



Programma

9.30- 9.40 Premessa

9.40-10.00 Il modello di controllo

10.00-10.45 Lo sviluppo del budget/piano

11.00-11.15 Coffee Break

11.15-11.50 Il Reporting efficace

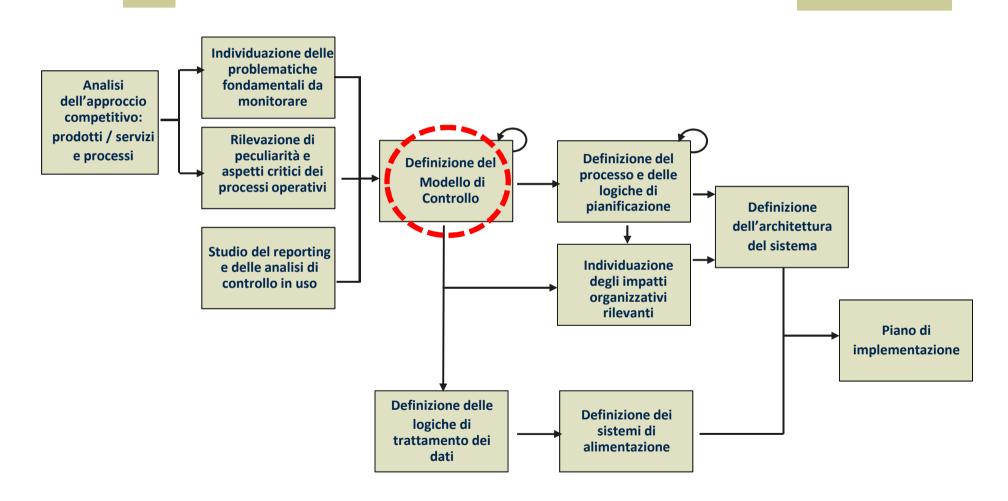
11.50-12.20 L'analisi dei dati

12.20-12.30 Sintesi e conclusioni

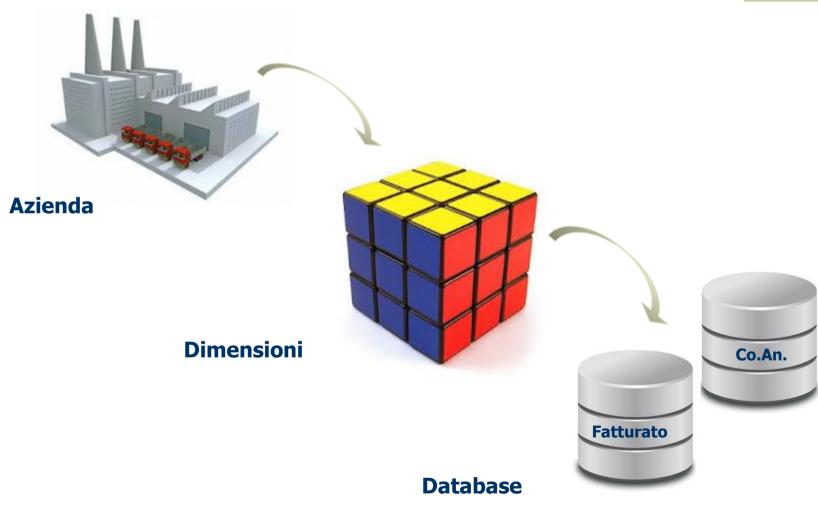
MODELLO DI CONTROLLO



Progettazione di un sistema



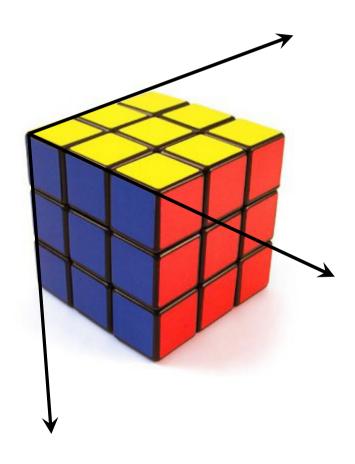
Modello di controllo





Dimensioni di controllo

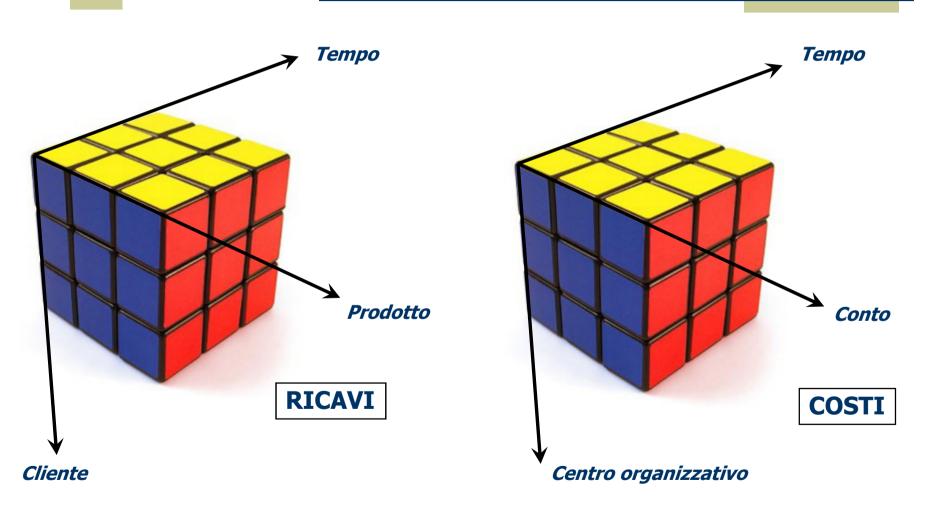
- ☐ Si riferiscono alle grandezze legate alle logiche competitive del business e devono considerare la struttura organizzativa e decisionale dell'azienda.
- Rappresentano le **fondamenta** delle logiche di selezione, aggregazione e organizzazione delle informazioni cioè ciò che si vuole controllare.
- Bisogna porre attenzione alla scelta della loro articolazione:
 - ✓ **Elevata**: può portare ad una difficile gestione delle ipotesi formulate, nelle fasi di pianificazione, e ad un complicato controllo dei risultati a consuntivo.
 - ✓ Limitata: può invece far perdere credibilità al sistema e costringere a posteriori ad un oneroso lavoro di approfondimento "extra sistema".



Scelta delle dimensioni

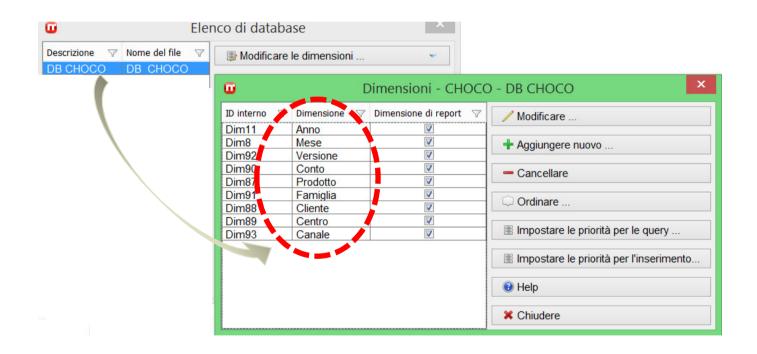
- □ Dimensioni **fondamentali**:
 - ✓ Tempo, inteso come periodo di riferimento per la competenza dei dati.
 - ✓ Natura economica o patrimoniale di ciascun valore.
 - ✓ Versione, che caratterizza i dati stessi (actual, budget, forecast).
- □ **Altre** dimensioni di analisi:
 - ✓ L'organizzazione, sintetizzata, ad esempio, dai centri di responsabilità,
 - ✓ Il **prodotto/servizio**, articolato in funzione della diversa tipologia,
 - ✓ Il cliente, suddiviso sulla base del settore di appartenenza, dell'area di business, della zona geografica,
 - ✓ La rete di vendita, dettagliata in funzione della suddivisione geografica/ commerciale.
 - **√** ...
- La definizione di più dimensioni di analisi non implica però che le **previsioni** debbano essere realizzate contemporaneamente per tutte le combinazioni, anche perché questo comporterebbe una serie di ipotesi difficilmente gestibili. A seconda dell'accadimento aziendale e del tipo di dato è necessario individuare il **livello di dettaglio** e l'articolazione che meglio lo rappresentano.

Articolazione delle dimensioni

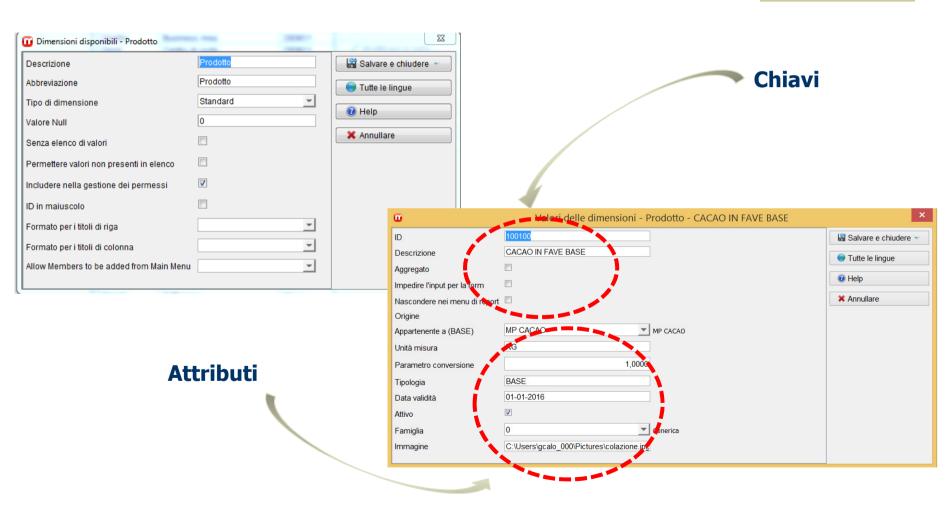




Azienda/Modello di controllo



Definizione delle dimensioni



Gerarchie

- ☐ Ciascuna dimensione può essere:
 - ✓ «Piatta», cioè ad un solo livello;
 - ✓ «Organizzata», in uno o più livelli gerarchici.
- Individuano i **percorsi** lungo i quali si può procedere nella navigazione dei dati:
 - ✓ Da dimensione "radice" (massima aggregazione) verso le dimensioni "foglie" (massimo dettaglio), attraverso le dimensioni "ramo" e viceversa.
- □ Una **progettazione** ed una **manutenzione** non accurata di questi elementi comporta l'impossibilità di visualizzare alcuni dettagli o di calcolare alcune aggregazioni.

```
BSN
                                     PROD

□ Σ TOT - TOTALE FAMIGLIE

A - TAVOLETTE
                                                   ± LAB - LABORATORIO

    AB - LINEA SUSI/DOLOMITI

                                                   E LIC - LICENSING
    AC - LINEA VANINI

    AP - TAVOLETTE LICENSING

    AD - LINEA EXTRA (CiocoClub)

    DA - LINEA CALCIO

    AE - LINEA CIOCOPASTICCERIA

    EB - LINEA CALCIO (CALZA+SACCH.)

    AG - LINEA GO*DO

    OA - UOVA PASQUA / LINEA CALCIO

    AH - LINEA GRAN NOCCIOLATO
                                                   □ S MAR - MARCHIO
    AI - TAVOLETTE GRESSONEY

    AB - LINEA SUSI/DOLOMITI

 AI - MARCHIO PRIVATO

                                                        AC - LINEA VANINI
    AN - BIO TRANSFAIR A MARCHIO

    AD - LINEA EXTRA (CiocoClub)

    AP - TAVOLETTE LICENSING

    AE - LINEA CIOCOPASTICCERIA

B - CIOCCOLATINI SFUSI

 AG - LINEA GO*DO

E C - CIOCCOLATINI CONFEZIONATI

    AH - LINEA GRAN NOCCIOLATO

D - CIOCCOLATINI REGALO
                                                        AI - TAVOLETTE GRESSONEY

□ <sup>2</sup> E - CIOCCOLAT.PERSONALIZZAT

    BA - MAGIE CREMOSE

F - CIOOCOLATINI A MARCHIO
                                                        BB - BLUE ROSE
E G - CARAMELLE

    BC - PRALINE VANINI

    GA - CARAMELLE DURE

    CA - GIAND MARCHIO ICAM

    GB - MORESKA DRAGEES

    CB - GIANDUIOTTI VANINI

    GD - CARAMELLE GOMMOSE

    DB - LINEA ICAM

🛂 L - POLVERI ASTUCCI BUDINI
                                                        EA - MINIDES.CARRE' ICAM
                                                        ED - ALTRI
🛂 M - PRODOTTI DI LABORATORIO
                                                        GA - CARAMELLE DURE
O - UOVA E OVETTI

    GB - MORESKA DRAGEES

₽ P - SEMILAVORATI

    GD - CARAMELLE GOMMOSE

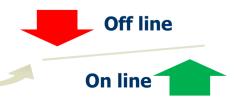
🗄 🍣 S - ALTRI PRODOTTI

    LA - CACAO-BUDINI ICAM-CIOCOPASTICC

                                                        OD - OVETTI OK

    □ PLA - PRIVATE LABEL

                                                   ⊞- SEM - SEMILAVORATI
```





Strumenti: BI

- ☐ Il termine BI (**Business Intelligence**) ha avuto origine nella seconda metà degli anni 90 ed è un acronimo dotato di molteplici definizioni, a seconda delle caratteristiche del software a cui viene riferito.
- ☐ In linea generale, I pacchetti **BI** sono:
 - ✓ destinati ad un elevato numero di utenti aziendali,
 - √ per accedere ai dati con un'interfaccia poco strutturata,
 - ✓ Per consentire estrazioni e totalizzazioni anche su grandi quantità di record.
- Le possibilità di manipolazione e calcolo sono **limitate** e concentrate nella fase di importazione dei dati dai sistemi operazionali.
- □ La rappresentazione può anche essere di tipo grafico, realizzabile in modo efficace solo su dati di sintesi.





Strumenti: CPM

- Corporate Performance Management (CPM) è un termine generale per indicare metodologie, metriche, processi, e sistemi utilizzati per controllare e gestire le performance di business di un'azienda. Un sistema CPM si basa su software indirizzato alla pianificazione, al controllo degli avanzamenti ed alla analisi dei risultati.
- ☐ Le caratteristiche principali possono essere così sintetizzate:
 - ✓ sono strumenti di "alto livello", utilizzati per governare l'andamento aziendale e non l'operatività.
 - ✓ sono applicazioni di tipo collaborativo e non strumenti di produttività individuale.
 - sono utilizzati per l'automazione di attività e processi che normalmente competono alla **Direzione AFC**, quali il budgeting, il reporting economico-finanziario, il consolidamento dei risultati di varie aziende/aree di business.
 - ✓ non sono rivolti solo all'analisi dei fatti passati, ma supportano anche la **pianificazione** del futuro.
 - ✓ sono sistemi non transazionali, al contrario dei sistemi contabili e ERP.
- I pacchetti CPM sono normalmente utilizzati da un numero inferiore di utenti rispetto a BI, per realizzare modelli di business che prevedono il ricorso a strumenti di calcolo e di proiezione dei dati.
- L'accesso ai dati viene solitamente realizzato con interfacce strutturate, che prevedono anche indicatori grafici di sintesi.





Strumenti: BI vs CPM

ВІ		СРМ
QlikView	4	Oracle EPM
SA Enterprise BI		Tagetik
IBM Cognos		Talentia
SAP Business Objects		Infor
Board		Prophix
Pentaho		Mercur
Spotfire		

La linea di demarcazione tra le due tipologie **non è così netta**, e per entrambe si possono avere caratteristiche che comportano un certo grado di sovrapposizione.





SVILUPPO DEL BUDGET/PIANO



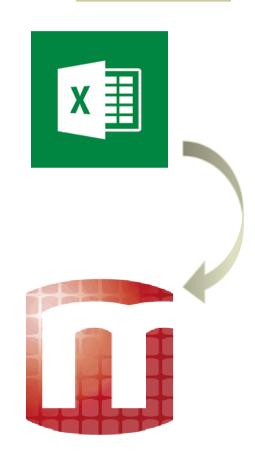
Caratteristiche dei pacchetti CPM

- La capacità di **modellazione** e di realizzazione dei calcoli richiede di poter:
 - ✓ Definire il contenuto di un campo del database direttamente per mezzo di una **formula** prevedendo anche **differenti scenari** di pianificazione.
 - Realizzare **operazioni massive** su grandi quantità di dati, quali la creazione di una prima ipotesi di piano, a partire dai valori consuntivo opportunamente "inflazionati", o l'allocazione di costi a prodotti, clienti, attività, per affinare l'analisi della marginalità.
 - ✓ Avere la possibilità di "drill" dal livello più alto di sintesi fino al dettaglio dei movimenti non solo nei report ma anche nelle schede di data entry dei dati di budget.
- ☐ Le capacità di **trattamento** dei dati devono consentire di:
 - ✓ **Guidare** l'utente verso la realizzazione dell'analisi, fino ad arrivare alla distribuzione di un **reporting package** personalizzato per utente/funzione aziendale.
 - ✓ **Confrontare** serie di dati relative allo stesso periodo per tipologie di valori differenti (budget/ consuntivo/ forecast) o della medesima tipologia ma per periodi differenti (anno corrente vs anno precedente).
 - ✓ Realizzare un passaggio diretto da report strutturati ad un ambiente di analisi destrutturata con l'utilizzo di tabelle pivot, per lo scambio di righe, colonne ed intestazioni di pagina, selezioni/raggruppamenti di dati, filtri e totalizzazioni.
 - ✓ **Collegare** le informazioni di **sintesi** ai dati delle transazioni che arrivano dall'ERP (registrazioni contabili, righe di fattura, movimenti di magazzino, ecc.) e verificare la correttezza delle transazioni stesse in relazione alla competenza temporale o alla attribuzione al centro di responsabilità.
- La disponibilità di un motore di **workflow** integrato è molto utile per controllare la sequenza delle attività ed il rispetto dei tempi programmati, perché:
 - ✓ Anche nelle situazioni più semplici, il Controllo di Gestione è un'attività che coinvolge più persone e varie funzioni aziendali;
 - ✓ Consente di implementare processi di autorizzazione e di ridurre errori nella registrazione dei dati, limitando gli interventi non autorizzati.



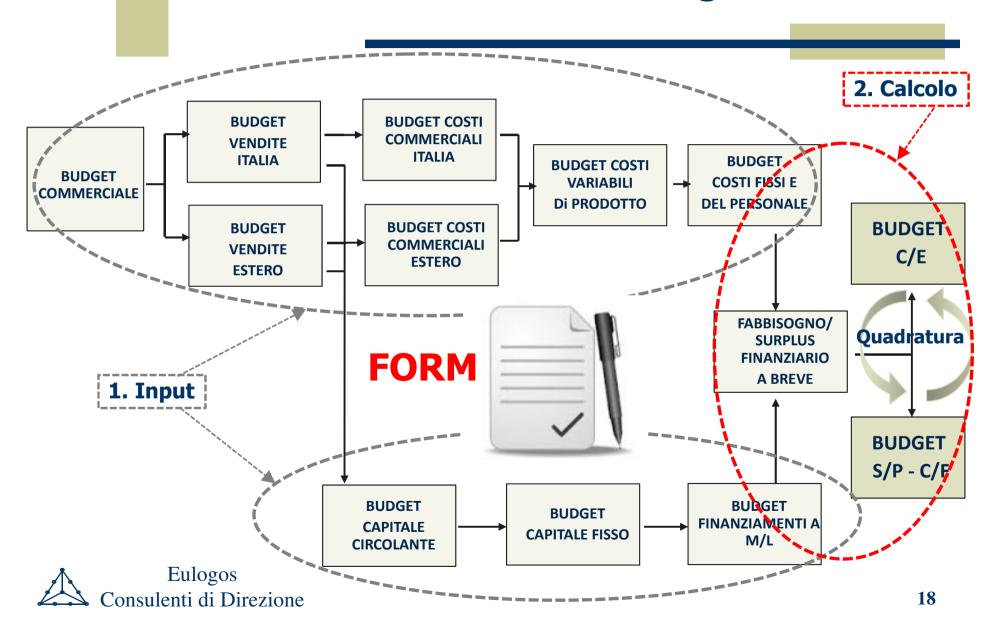
CPM vs Foglio Elettronico

- Come detto, le attività di budgeting e forecasting non sono transazionali e non sono quindi soddisfacentemente garantite dalla maggior parte dei sistemi ERP e dagli strumenti di BI.
- La risposta a questo tipo di fabbisogno informativo è spesso confinata all'utilizzo di **fogli elettronici**, nonostante si tratti di processi che coinvolgono numerose persone, che si scambiano grandi quantità di informazioni.
- E' evidente come l'utilizzo di fogli elettronici non sia, in molti casi, la soluzione migliore, perché conduce a **problemi** di:
 - produttività: la gestione manuale dei dati ed il controllo richiesto dalla loro gestione in uno spreadsheet assorbe molto del tempo dello staff della funzione AFC, riducendo od annullando quello dedicato alla verifica ed all'analisi dei risultati ed alla comprensione del business;
 - ✓ manutenzione: il supporto ed il mantenimento di fogli elettronici utilizzati da varie persone è inefficiente e costoso, anche perché realizzato dagli utenti stessi.
 - ✓ accuratezza: in fogli elettronici di grande dimensione è difficile rendersi conto della presenza di errori ed è laboriosa la loro individuazione.
 - ✓ **sicurezza dei dati**: la potenziale labilità dello strumento comporta ripetuti interventi di salvataggio da parte degli utenti.
- Inoltre, un vero sistema di budgeting/reporting richiede funzionalità di utilizzo multiutente, di difficile realizzazione con fogli elettronici.





Schema di Budget/Forecast

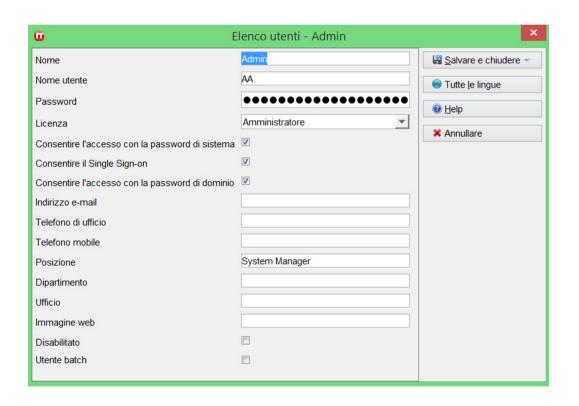


Form

	ICHOCO ORGANICS AND CANDIES																				-		
	Mese Budget: Mag 2016																				ne		Uľ
		OUANTITA'			PREZZO			FATTURATO		QTA ANNO													
ii									BDG		Variaz	BDG	2016012	01602	201603 2	2016042	01605 2	01606 2	016072	016082	2016092	01610 2	016112
Input	AB LINEA SUSI/DOLOMITI	6,0	5,0%	6,3	7,04	8,39	8,39	42,49	53,19	83,6	4,6%	87,5	11,3	6,5	8,0	8,4	6,3	4,5	8,6	2,9	5,6	8,4	10,1
li	AC LINEA VANINL	1,3	20,0%	1,5	14,31	12,21	5,0% 12,83	18,13	19,50	73,1	23,7 %	90,5	4,7	1,0	3,4	2,9	1,5	1,2	1,5	0,6	15,3	36,0	17,7
	AD LINEA CIOCOCLUB	0.1		0,1	8,62	6,95	6,95	0,97	0,78	59,3	0,3 %	59,5	1,7	2,2	1,4	0,5	0,1	0,9	9,4	1,6	15,7	12,4	9,1
	AE LINEA CIOSOPASTICCERIA	1,4		7,7	-6,99	5,96	5,96	9,88	8,41	53,5	1,4%	54,2	2,8	13,2	2,7	3,5	1,4	1,6	2,3	1,5	5,5	7,3	6,0
	AG LINEA GO*DO	2,9	-5,0 %	2,7	11,17	10,71	10,71	32,03	29,19	39,0	-5,0 %	37,1	1,2	1,7	1,6	1,8	2,7	1,5	1,7	2,0	5,9	8,0	5,1
	AH LINEA GRAN NOCCIOLATO	0,2		0,2	11,56	11,38	11,38	2,27	2,24	3,1	0,5 %	3,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,6	0,7	0,4
	AI TAVOLETTE GRESSONEY	4.1	-20,0 %	0,9	4,78	5,22	5,22	5,10	4,46	17,1	-20,0%	13,7	1,4	1,0	0,7	1,6	0,9	0,9	1,8	0,7	0,9	1,3	1,6
	BA MAGIE CREMOSE	0,1		0,1	4,17	12,18	12,18	0,59	1,74	1,1		1,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0			0,5	0,1	0,1
	BB BLUE ROSE	1,0		1,0	13,39	14,83	5,0% 15,57	13,91	16,16	26,6		26,6	1,5	1,1	1,1	0,5	1,0	1,0	1,6	0,4	4,4	6,0	6,2
Dbase	CA GIANDUIOTTI MARCHIO	0,4		0,4	12,58	13,38	13,38	4,76	5,06	15,2		15,2	0,8	0,2	0,6	0,2	0,4	0,4	2,4	0,1	1,8	4,1	3,2
Duase F	CB GIANDUIOTTI VANINI	0,3	20.0%	04	10.78	24,07	5,0% 25,27	4,43	10,52	6,2	18,0%	7,3	0,2	0,4	0,1	0,4	0,4	0,1	0,1	0,0	1,9	3,0	0,4
	DB LINEA ICAM					2,00	2,00			11,1		11,1	0,1	8,5	2,3	0,0							
	EA MINIDES.CARRE'	1,2		1,2	8,42	8,29	8,29	10,25	10,08	28,9		28,9	2,3	2,4	5,5	0,7	1,2	1,7	1,3	0,7	2,5	3,9	3,9
	GA CARAMELLE DURE	5,9	5,0%	6,2	6,12	5,42	2,0% 5,53	36,19	34,33	86,5	5,0 %	90,8	7,6	8,9	9,3	5,0	6,2	8,5	7,8	4,1	8,6	8,4	9,0
	GB MORESKA DRAGEES	1,6		T,6	11,32	11,48	2,0% 11,71	17,81	18,42	34,4		34,4	2,4	2,1	3,2	3,5	1,6	1,6	2,7	1,5	3,4	4,4	4,8
	gd caramelle gommose	4,0		4,0	5,65	5,20	5,20	22,52	20,74	54,8		54,8	4,1	5,2	6,0	2,9	4,0	5,4	3,8	3,1	4,5	7,9	4,4
	LA CACAO-BUDINI	1,9		1,9	7,48	6,50	6,50	14,58	12,67	39,8	0,8%	40,1	4,3	2,4	2,1	3,2	1,9	1,6	2,4	1,6	4,5	5,0	5,3
	OD OVETTI OK					3,75	3,75			2,6		2,6	0,2	1,0	0,1	0,0			0,9				
[MARCHIO	29,5	1,9%	30,1	8,00	8,03	8 , 23	235,92	247,50	636,0	3,5 %	658,5	46,7	58,1	48,4	35,1	30,1	30,9	48,6	21,1	81,5	116,8	87,3
Calcolo																							
Ii	DA LINEA CALCIO									16,3		16,3	0,6	12,1	3,5	0,0							
	EB LINEA CALCIO FESTIVITA'					23,60	23,60			62,2		62,2	0,0	0,3	0,1	0,1					2,6		17,2
	OA UOVA PASQUA / LINEA CALCIO	,		28,1	0,41	0,05	0,05	11,25	1,40	443,0	4,1%	-	0,1	82,6	75,5	27,6	28,1	8,8		30,3	27,9		49,8
	LICENSING	27,6	2,0 %	28,1	0,41	9,11	0,05	11,25	1,40	521,5	3,5 %	539,7	0,7	95,0	79,1	27,7	28,1	8,8	47,7	30,3	30,5	43,0	67,0
	AL MARCHIO PRIVATO	273,9	5,0%	287,6	4,27	4,70	3,0% 4,84	1169,37	1393,11	3.783,9	5,2%	3.979,4	298,9	369,9	345,2	263,0	287,6	190,4	262,6	214,4	453,0	428,6	430,4
	AN BIO TRANSFAIR A MARCHIO	18,6	2,0 %	19,0	7,33	7,39	7,39	136,76	140,50	310,8	2,1 %	317,4	10,7	23,3	21,4	18,7	19,0	13,4	17,8	22,3	49,4	46,1	52,5
	FA PRALINE A MARCHIO	1,6		1,6	11,40	12,50	12,50	17,69	19,40	5,3		5,3		1,3			1,6				1,0		0,6
	FC OVETTI	0,5		0,5	9,77	9,77	9,77	5,03	5,03	10,5		10,5	1,0	1,1	0,9	1,1	0,5				1,2	0,7	2,7
	I				l			l															

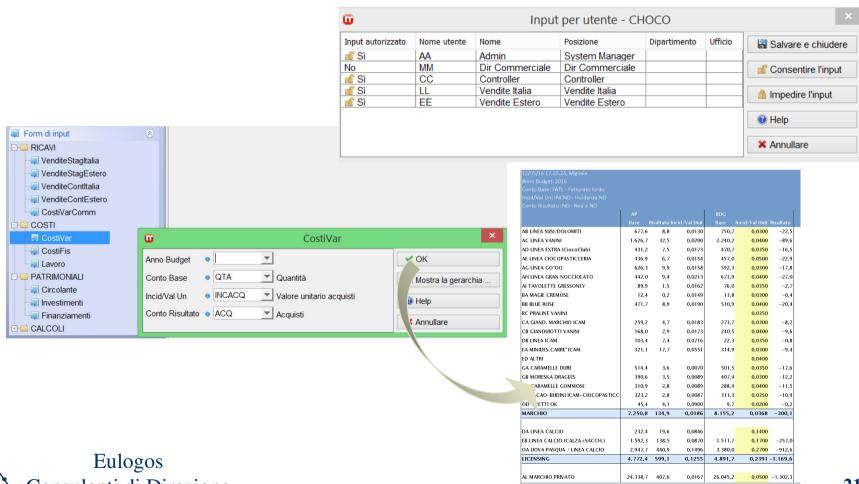


Utenti – Sicurezza/Login



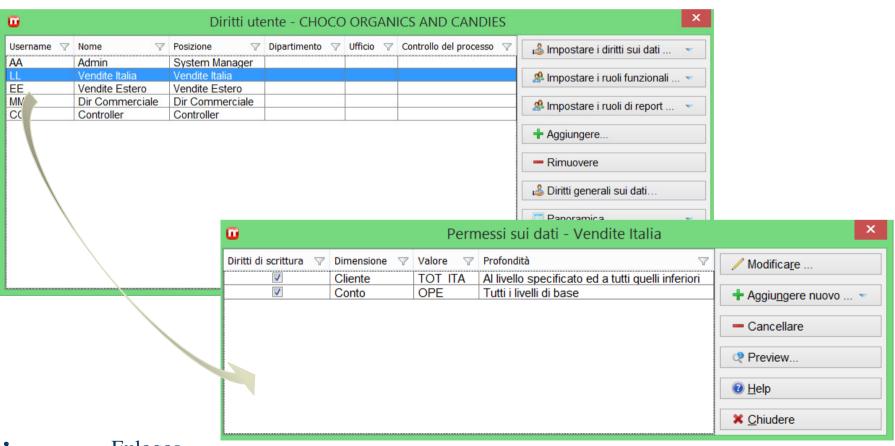
Input dei dati

□ Parametro di attivazione/disattivazione.



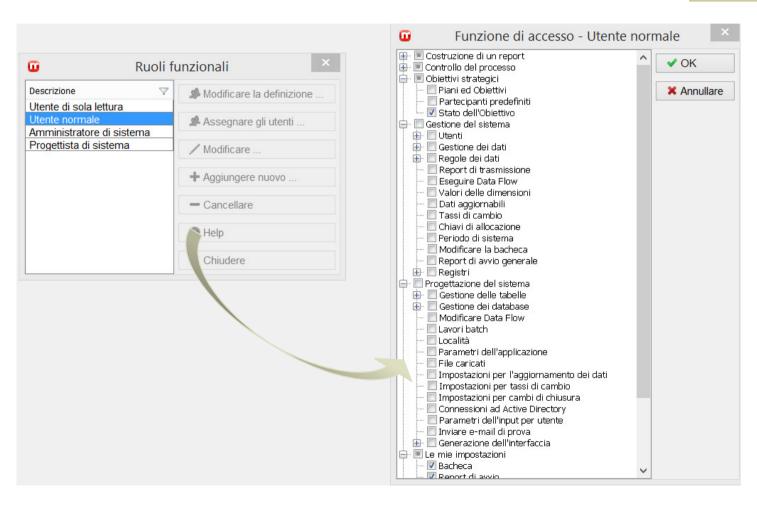
Utenti - Accesso ai dati

□ Parametro di attivazione/disattivazione per dimensione.



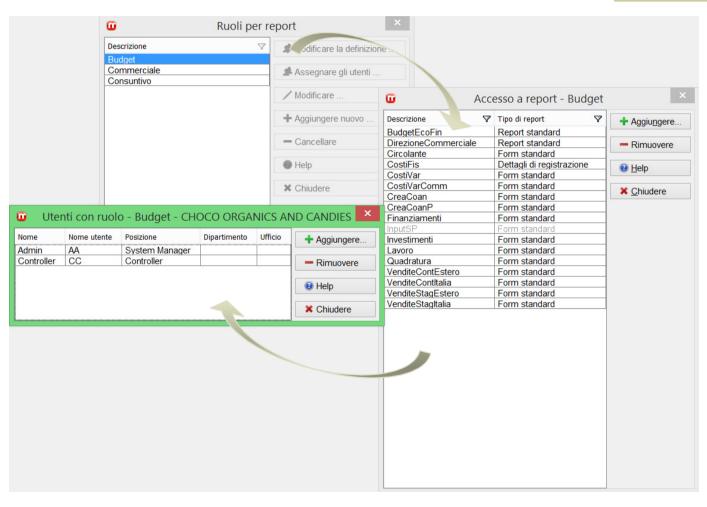


Utenti - Ruoli funzionali





Utenti - Ruoli di Reporting

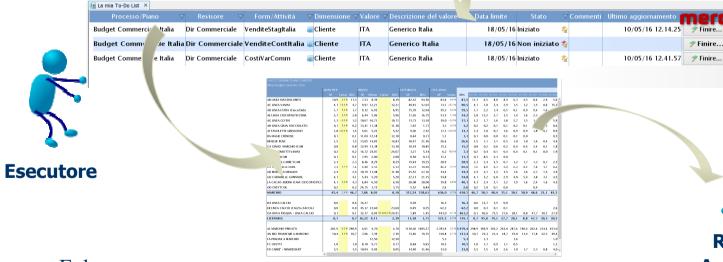


Gestione del flusso di lavoro

□ Parametro di attivazione/disattivazione.









Revisore/ Approvatore

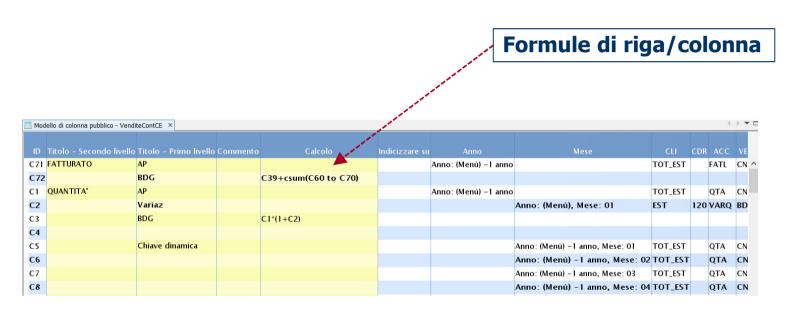
Stato del processo

Ε	9 Di	December delication S	D	Decisione della secolaria	0-1-1	Oniminatore della condensa	Chata	5 0	1.06:
Form	□ ∇ Dimensione ∇ Valore ∇				3	3			Ultimo aggiornamento
Budget delle vendite	Centro di costo HQ	Sede centrale	Maria Manager	17/12/17	Maria Manager	17/12/17	Appro∨ato	*	02/12/17 16.35.59
Budget delle vendite	Centro di costo M1	Produzione Cantiere Westcoast	Maria Manager	17/12/17	Emma Eriksson	15/12/17	Finito	%	08/12/17 11.19.12
Budget delle vendite	Centro di costo M2	Produzione Cantiere Eastcoast	Maria Manager	17/12/17	Emma Eriksson	15/12/17	Approvato	4	13/12/17 10.07.12
Budget delle vendite	Centro di costo S11	Vendite Svezia	Maria Manager	17/12/17	Carina Controller	17/12/17	Iniziato	*	19/02/17 14.04.51
Budget delle vendite	Centro di costo S12	Vendite Nord Europa	Maria Manager	17/12/17	Anna Admin	16/12/17	Iniziato	*	19/02/17 13.42.33
Budget delle vendite	Centro di costo S13	Vendite Sud Europa	Maria Manager	17/12/17	Lars Larsson	17/12/17	Non iniziato	*	
Budget delle vendite	Centro di costo S21	Vendite Europa centrale	Maria Manager	17/12/17	Maria Manager	16/12/17	Finito	%	14/12/17 16.35.59
Budget delle vendite	Centro di costo S22	Vendite Gran Bretagna	Maria Manager	17/12/17	Maria Manager	16/12/17	Finito	%	05/12/17 8.40.47
Budget delle vendite	Centro di costo S23	Altre vendite Europa	Maria Manager	17/12/17	Maria Manager	16/12/17	Non iniziato	*	
Budget delle vendite	Centro di costo 0	Senza centro di costo	Maria Manager	17/12/17	Maria Manager	17/12/17	Approvato	4	29/11/17 16.35.59





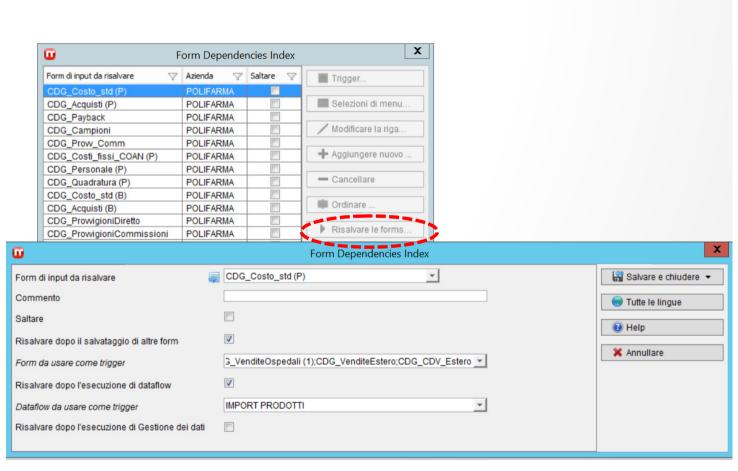
Formule nelle form



for svCol=&tab.cols then (if(&tab.svCol.R32 equal 10) then &tab.svCol.R51-&tab.R5.C15°&tab.svCol.R33}
for svCol=&tab.cols then (if(&tab.svCol.R32 equal 11) then &tab.svCol.R51-&tab.R5.C16°&tab.svCol.R33}
for svCol=&tab.cols then (if(&tab.svCol.R32 equal 12) then &tab.svCol.R51-&tab.R5.C17°&tab.svCol.R33}
R53=rsum(R36 to R52)°(1+R31)
R57=-(0,R3)°R55/30 when &InCT.TID<>'C5'
R58=(0,R1)°R56/30°0.6 when &InCT.TID<>'C5'
R58=(0,R1)°R56/30°0.6 when &InCT.TID<>'C5'
R80-R5°R31
R89=R89.C5+ccum(R63)
R81=R79+R80



Dipendenza di Form





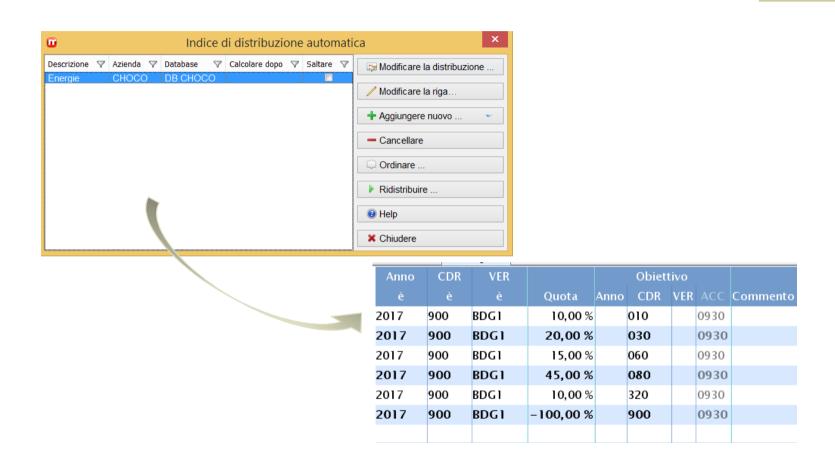
Macro/Dataflow

Funzioni in DataFlow

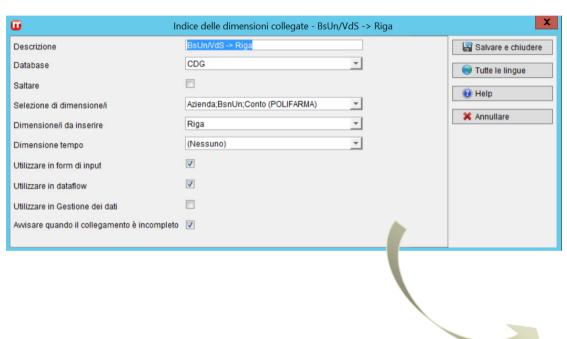
					A POPULATION OF THE PARTY OF TH		Debug					
Descrizione	In entrata	a Programma	In uscita	Si	altare	mostrare il risultato	mantenere il risultato	leggere il risultato				
		TransformMenu	A PORT									^
		TransformDatabaseRemove										
		TransformReadFromFile	A1	->								
Famiglia	⇒ A1	TransformAddCol	A2	->								
	→ A2	TransformCorv@ol	A3	-					Ū	Indice dei D	ataflow	
	⇒ A3	TransformSetWhenDifferent	A4	→					Descrizione \(\neg\)	Azienda 🖓	Inattivo 🔻	Modifica del
Prodotto	→ A4	TransformAddCol	A5	-					MPORT VDS	POLIFARMA	V	4-30 Modified del
	→ A5	TransformConcatCols	A6	->					MPORT RISORSE	POLIFARMA	V	Esegui il Da
Azienda	→A6	TransformSetText	Α7	→					MPORT DATI	POLIFARMA	V	
Mese	⇒A7	TransformAddCol	A8	-					MPORT ANNI PREC	POLIFARMA	V	/ Modificare la
INICSC							_		RICALCOLO BUDGET POLIFARMA RICALCOLO BUDGET BENESSERE	POLIFARMA POLIFARMA		
	→ A8	TransformSetText	A9						MPORT POLIFARMA COGE	POLIFARMA		Aggiungere
Anno	⇒ A9	TransformCopyCol	A91	-					MPORT POLIFARMA SALDI	POLIFARMA	V	
	→A91	TransformMatch	A10	-					MPORT POLIFARMA SALDI LIFO	POLIFARMA		Cancellare
Scenario	⇒ A10	TransformAddCol	A11	⇒					MPORT POLIFARMA MOVIM	POLIFARMA		
	→A11	TransformSetText	A12	->					MPORT SPESE COMMERCIALI	POLIFARMA		Ordinare
	⇒A12	TransformMatch	A12b	~					MPORT BENESSERE COGE	POLIFARMA		
Copia base	→ A12b	TransformPipe	C1	4					MPORT BENESSERE SALDI LIFO MPORT BENESSERE MOVIM	POLIFARMA POLIFARMA		Connession
Copia base	⇒A12b	TransformMatchMultiply	A13					707435	MPORT CONTI	POLIFARMA	V	Tabelle di c
	20 000000		AIS						MPORT PRODOTTI	POLIFARMA		Tabelle ul C
	→ A13	TransformToDatabaseCols	В	-					COPIA SCENARIO	POLIFARMA		Help
	⇒B	TransformDatabaseAdd										· ricip
	→ C1	TransformCopyCol	C2	->								* Chiudere
	⇒C2	TransformMatchMultiply	C3	->								
	→ C3	TransformToDatabaseCols	C4	→								
	⇒C4	TransformDatabaseAdd										



Distribuzioni automatiche



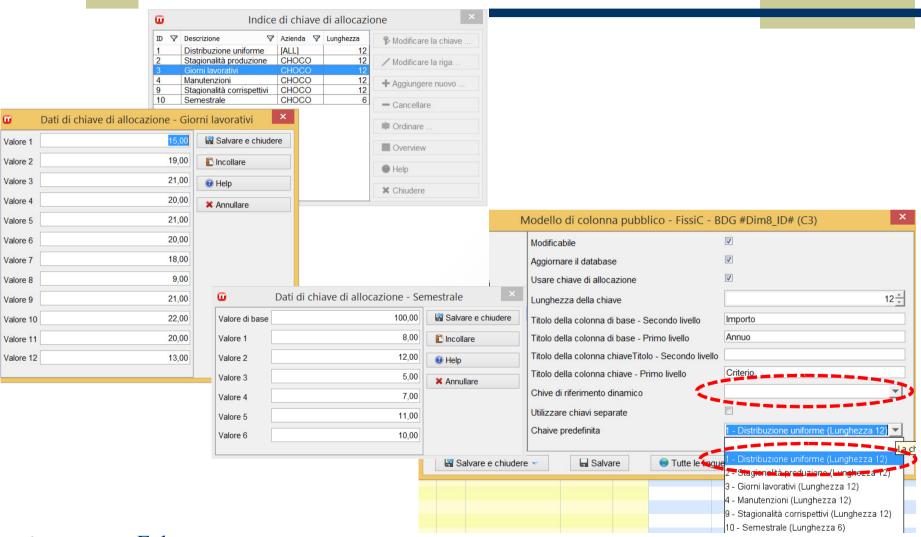
Dimensioni collegate



AZI	BU	CNT	Ibnserire
è			
POLIFARMA	CENGEN	V0200	0150
POLIFARMA		0290	0060
POLIFARMA	CENBU3	V0355	0330
POLIFARMA		V0420	0560
POLIFARMA		0370	0570
POLIFARMA	CENGEN	V0430	0580
POLIFARMA		V0325	0510
POLIFARMA		V0330	0510
POLIFARMA		AMM_MATI	0510
POLIFARMA		AMM_IMMI	0510
POLIFARMA		V0345	0550
POLIFARMA		FAT_PUB	0010
POLIFARMA		FAT_OSP	0020
POLIFARMA		FAT_EST	0030
BENESSERE	0	0195	0230
BENESSERE		0190	0110
BENESSERE		0210	0250
BENESSERE		0214	0250
BENESSERE		0215	0250
BENESSERE		0230	0250
BENESSERE		0245	0250
BENESSERE		0325	0520
BENESSERE		0435	0250
BENESSERE	CENPB I	0305	0260
BENESSERE	OAM002	0150	0330
BENESSERE	OAM002	0155	0330
BENESSERE	OAM002	0170	0330
BENESSERE	OAM002	0205	0320
BENESSERE	OAM002	0240	0330
BENESSERE	OAM002	0265	0330
BENESSERE	OAM002	0270	0330
BENESSERE	OAM002	0310	0320
BENESSERE	OAM002	0311	0320
BENESSERE	OAM002	0314	0320
BENESSERE	OAM002	0316	0320

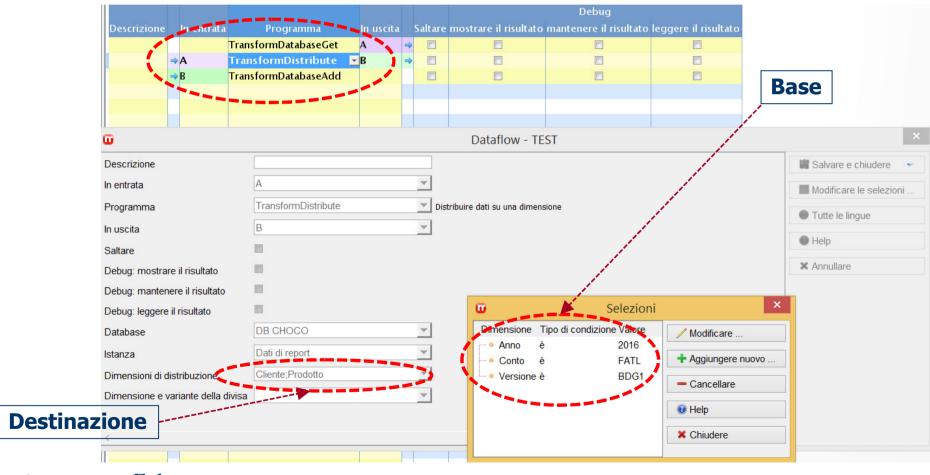


Allocazioni in Form





Allocazioni con Macro/Dataflow

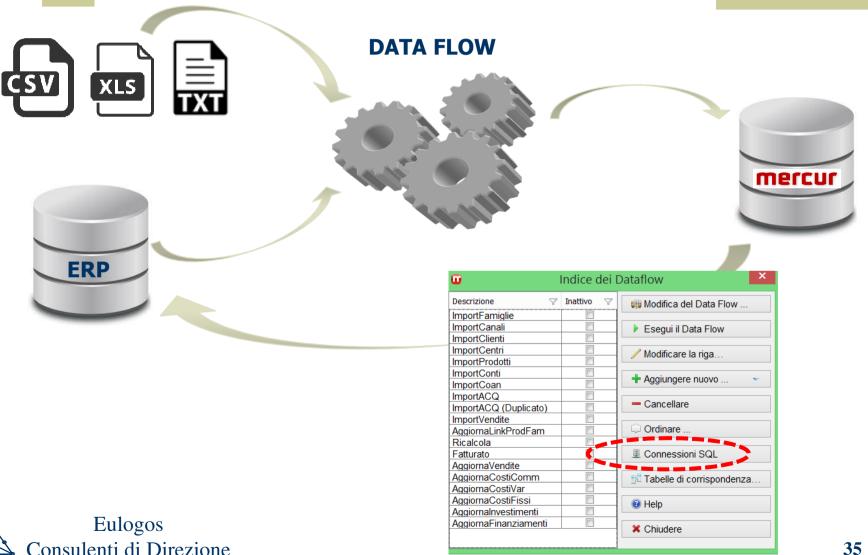




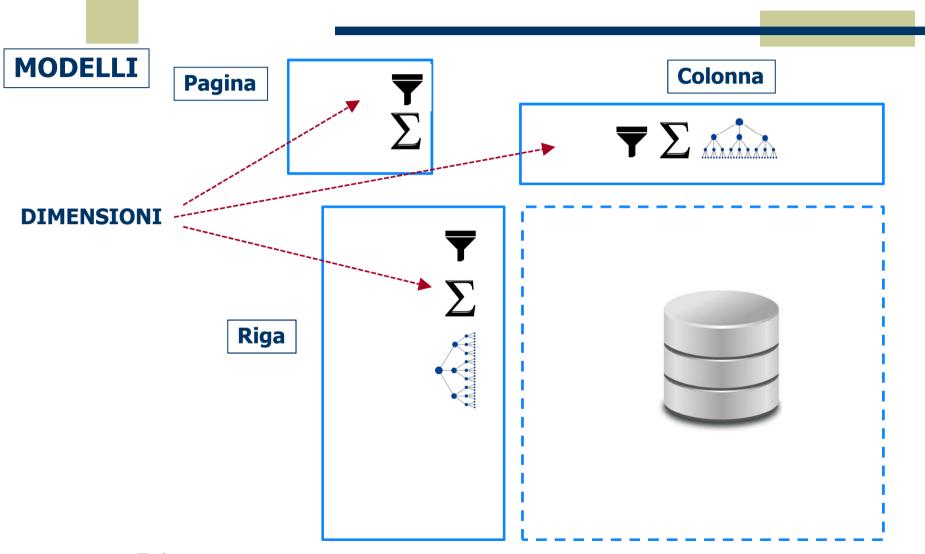
REPORTING



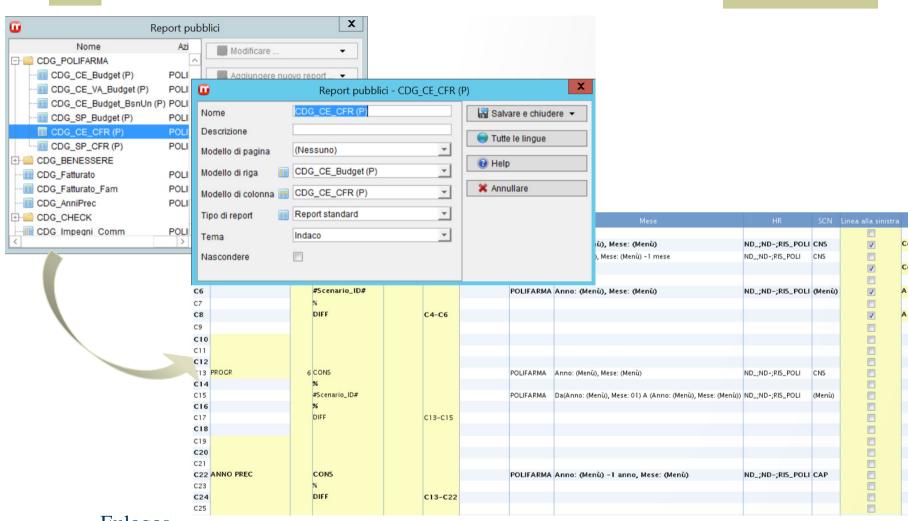
Consuntivo-Interazione con dati esterni



Struttura Form/Report

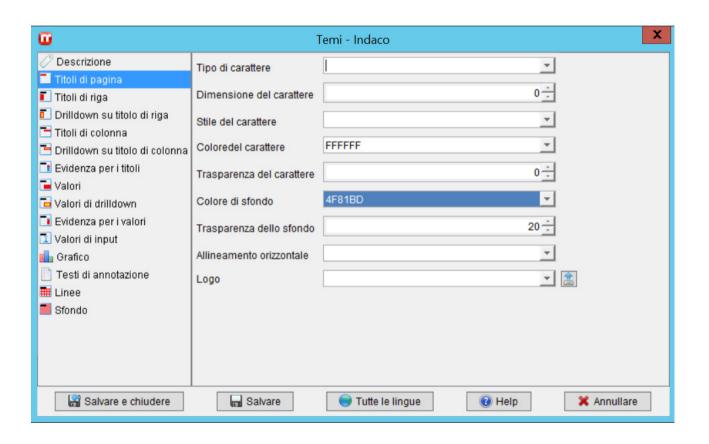


Modelli di Form/Report

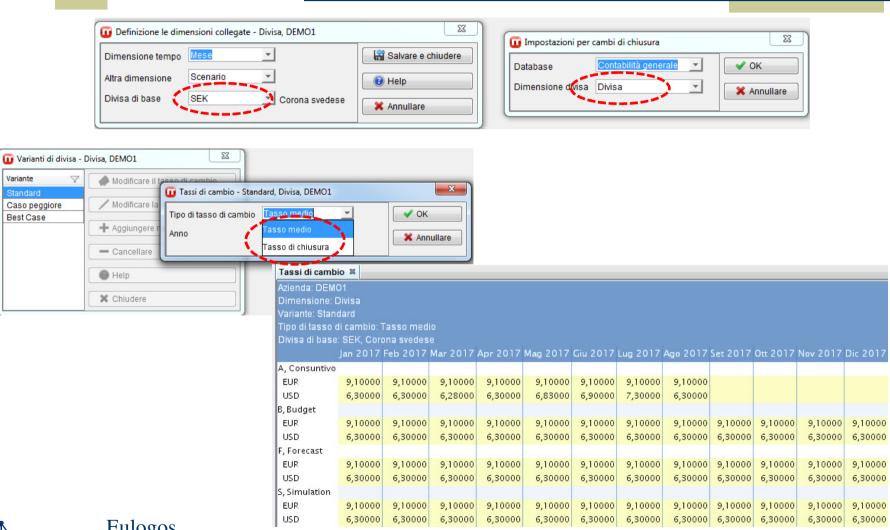




Temi



Tassi di cambio



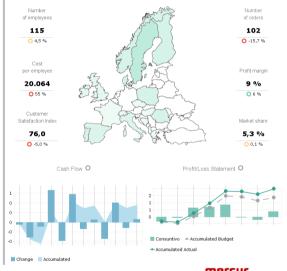
Forme di Reporting

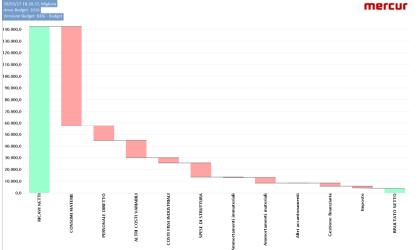
	Mar 2017				YTD				Apr 2016 - Mar 2017			
	Consuntivo	Budget		Diff	Consuntivo	Budget		Diff	Consuntivo	Budget		Diff
/endite nette	3.814,2	3.777,3	0	1,0 %	7.479,4	7.412,4	0	0,9 %	26.623,9	26.419,9	0	0,8 %
altre vendite	-46,0	-45,9	0	0,2 %	-135,6	-137,8	Θ	-1,6 %	-562,1	-566,9	0	-0,8 %
otale Ricavi	3.768,2	3.731,3	0	1,0 %	7.343,8	7.274,5	0	1,0 %	26.061,8	25.853,0	0	0,8 %
Costi diretti	-1.983,8	-2.103,0	0	-5,7 %	-4.066,9	-4.244,4	0	-4,2 %	-14.709,9	-15.056,9	0	-2,3 %
Altri costi	-431,6	-431,4	0	0,1 %	-899,0	-917,9	0	-2,1 %	-3.329,6	-3.355,3	0	-0,8 %
Costo totale del venduto	-2.415,4	-2.534,4	0	-4,7 %	-4.965,9	-5.162,2	0	-3,8 %	-18.039,5	-18.412,2	0	-2,0 %
Jtile Lordo	1.352,8	1.197,0	0	13,0 %	2.378,0	2.112,3	0	12,6 %	8.022,3	7.440,8	0	7,8 %
Aargine Lordo	35,9 %	32,1 %	0	11,9 %	32,4 %	29,0 %	0	11,5 %	30,8 %	28,8 %	0	7,0 %
difici	-69,4	-68,7	0	1,0 %	-233,6	-226,3	0	3,2 %	-928,0	-898,0	0	3,3 %
1acchinario	-38,8	-35,0	0	11,0 %	-117,0	-104,9	0	11,6 %	-461,6	-429,1	0	7,6 %
rasporti	-253,6	-245,5	0	3,3 %	-831,4	-798,7	0	4,1 %	-3.339,7	-3.194,3	0	4,5 %
ubblicità	-258,2	-257,5	Θ	0,3 %	-616,1	-609,8	0	1,0 %	-2.258,2	-2.177,7	0	3,7 %
Costi di gestione	-35,6	-32,8	0	8,6 %	-104,2	-98,9	0	5,4 %	-414,1	-395,5	0	4,7 %
ersonale	-71,0	-81,8	0	-13,2 %	-211,7	-245,0	Θ	-13,6 %	-852,0	-975,4	0	-12,6 %
otale spese di esercizio	-726,5	-721,2	0	0,7 %	-2.114,1	-2.083,5	0	1,5 %	-8.253,5	-8.070,1	0	2,3 %
Risultato Operativo	626.2	475.8	0	31.6 %	263.9	28.8	0	816.0 %	-231.2	-629.3	0	-63.3 %

Tabella

Grafico

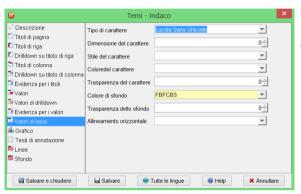
Dashboard



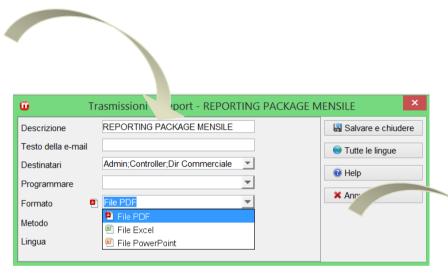




Reporting Package



Tema



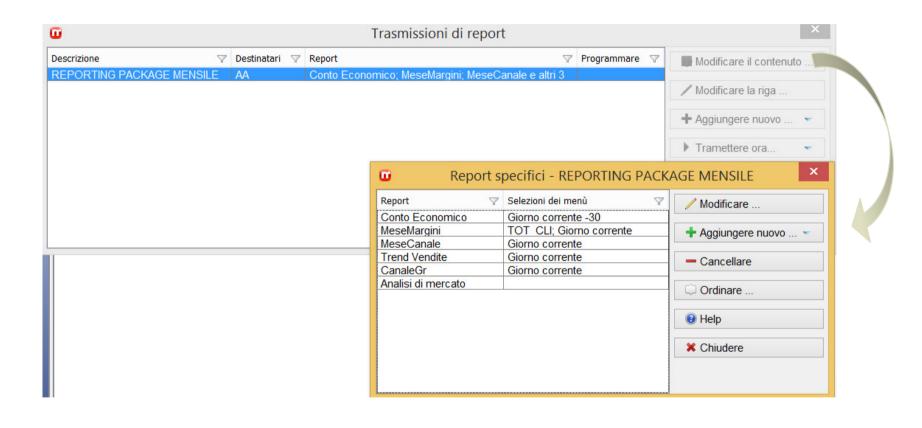
Package

Contenuto





Report Broadcaster



ANALISI DEI DATI

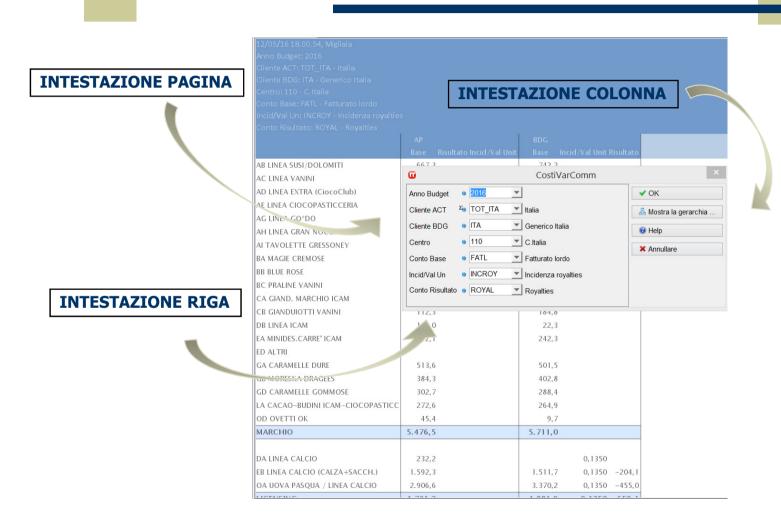


Drill Down

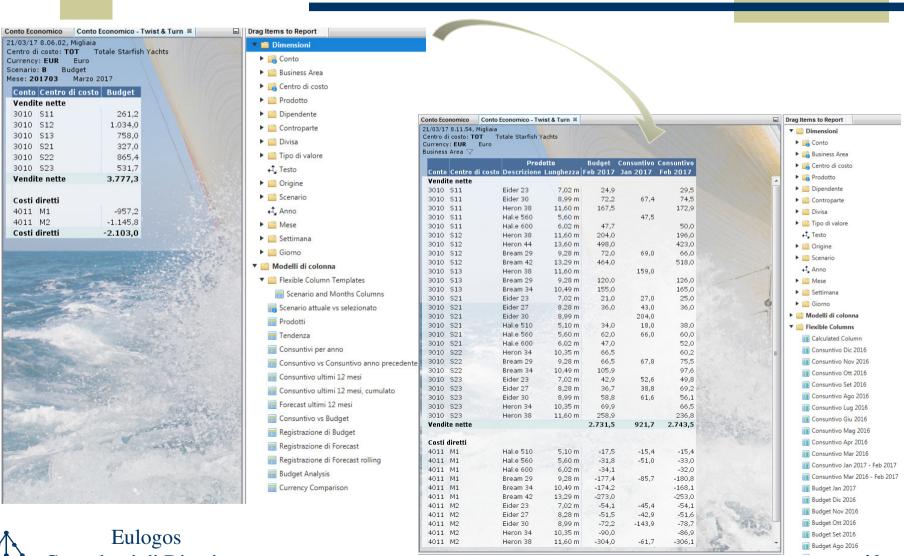
	АР	BDG				Selezio	nare dime	nsiona per	drilldown	201608				
Diretti di produzione	10.220,5	-10.300,0	-824,0	-858,3			iare airrie	nsiona per	armaown	-528,2	-936,4	-953,7	-936,4	-812
010 Logistica In	-511,0	-533,0	-42,6	-44,4		ensione				-27,3	-48,5	-49,4	-48,5	-42
020 Lavorazione base	-317,6	-897,0	-71,8	-74,7	- Anno					-46,0	-81,5	-83,1	-81,5	-70
030 Spremitura	-511,0	-595,0	-47,6	-49,6	• Mese					-30,5	-54,1	-55, 1	-54, 1	-46
040 Semilavorati	-1.022,0	-1.057,1	-85,4	-88,9	Version					-54,7	-97,0	-98,8	-97,0	-84
050 Formatura	-1.941,9	-1.982,8	-158,6	-165,2		n livello inferiore				-101,7	-180,3	-183,6	-180,3	-156
060 Confezionamento	-3.270,5	-3.084,1	-246,7	-257,0		llo inferiore				-158,2	-280,4	-285,6	-280,4	-243
070 Logistica out	-1.022,0	-985, 3	-78,8	-82, 1	□ □ Conto	to.				-50,5	-89,6	-91,2	-89,6	-77
090 Manutenzioni	-511,0	-538,8	-43,1	-44,9		n livello inferiore				-27,6	-49,0	-49,9	-49,0	-42
210 Controllo qualità	-613,2	-616,8	-49,3	-51,4		llo inferiore				-31,6	-56, 1	-57,1	-56, 1	-48
Manodopera esterna	-1.748,8	-2.484,7	-124,1	-258,7	□ □ Famiqi					-132,5	-255,7	-250,7	-268,0	-262
PERSONALE DIRETTO	-11.969,2	-12.784,7	-948,1	-1.117,0		n livello inferiore				-660,7	-1.192,1	-1.204,4	-1.204,4	-1.074
Jtenze	-2.866,5	-3.004,3	-227,7	-255,6		llo inferiore				-147,5	-299,2	-321,1	-290,7	-262
mballaggi	-7.493,4	-8.096,5	-499,3	-771,5	⊡ © Cliente					-411,0	-819,4	-836,7	-824,6	-779
Frasporti	-3.635,9	-3.846,4	-287,4	-317,1		n livello inferiore				-192,2	-380,4	-409,8	-370,5	-327
ALTRI COSTI VARIABILI	-13.995,9	-14.947,3	-1.014,4	-1.344,2		velli inferiori				-750,6	-1.499,0	-1.567,6	-1.485,8	-1.369
MARGINE DI CONTRIBUZIONE	26.771,8	29.598,0	2.729,6	2.845,5	- o Live	llo inferiore				1.370,5	2.769,3	3.134,6	2.539,4	2.665,
ndiretti di produzione	-347,3	-355,2	-29,6	-29,6	□ □ Centro					-29,6	-29,6	-29,6	-29,6	-29
Manutenzioni	-1.727,6	-1.450,0	-167,3	-55,8	º 1 U	n livello inferiore				-557,7	-55,8	-55,8	-55,8	-167
Capitalizzazioni	300,0	300,0	20,0	20,0	0 2 Li	velli inferiori				80,0	20,0	20,0	20,0	20
Altri costi	-3.412,0	-3.160,0	-204,5	-249,7	- o Live	llo inferiore				-167,4	-308,7	-315,2	-290,7	-214
0690 Materiale Vario Consumo	-351,2				🖹 📮 Canale	•								
0980 Leasing E Affitti Macchinari	-519,0	-485,0	-34,1	-39,9	º 1 U	n livello inferiore				-27,0	-45,5	-46,6	-43,6	-33
0990 Magazzino esterno	-782,3	-810,0	-43,0	-57,3	º 2 Li	velli inferiori				-35,8	-86,0	-86,0	-78,8	-57
1000 Mensa Aziendale	-221,7	-238,0	-16,3	-20,6	Live	llo inferiore				-9,8	-22,8	-23,9	-21,7	-14
1010 Vigilanza	-301,8	-275,0	-18,8	-23,9	-26,4	-25,1	-26,4	-25,1	-22,6	-11,3	-26,4	-27,6	-25,1	-16
1020 Pulizia	-499,4	-530,0	-36,3	-46,0	-50,8	-48,4	-50,8	-48,4	-43,6	-21,8	-50,8	-53,2	-48,4	-31
1030 Smaltimento Rifiuti	-106,7	-112,0	-7,7	-9,7	-10,7	-10,2	-10,7	-10,2	-9,2	-4,6	-10,7	-11,3	-10,2	-6
1040 Derattizzazione	-43,1	-45,0	-3, 1	-3,9	-4,3	-4,1	-4,3	-4, 1	-3,7	-1.8	-4,3	-4,5	-4,1	-2
1050 Analisi Di Prodotto	-360,5	-390,0	-20,7	-27,6	-38.0	-31,1	-34,5	-34,5	-38,0	-17,3	-41.4	-41,4	-38,0	-27
1060 Trasporti Macchinari E Vario	-23,9	-50,0	-5,8	-1.9	-1.9	-1.9	-1.9	-1.9	-3,8	-19.2	-1,9	-1,9	-1.9	-5



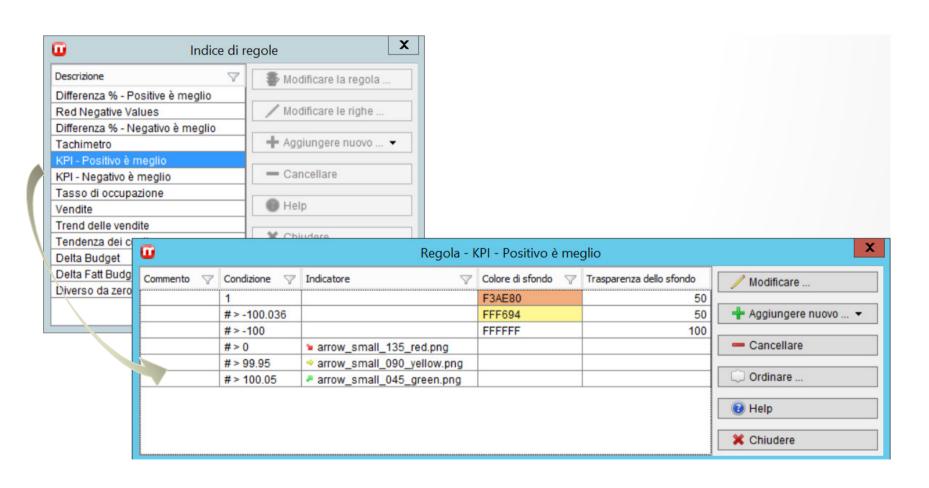
Slice & Dice



Twist and Turn



Indicatori



KPI

20/03/17 18.12.01. Migliaia	

	Feb 2017	Tendenza	Obiettivo
Posizione finanziaria prospettica			
Redditività del capitale investito	-0,7 %	~	0,1 %
Rotazione del capitale	1,8	>	1,8
Margine Netto	-1,6 %	~	0,3 %
Prospettive dei clienti			
Indice di soddisfazione del cliente (0-100)	76	^	68
Quota di mercato	5,7 %	^	5,0 %
Numero di unità vendute	32	^	32
Prospettive del processo produttivo			
Rotazione delle scorte	1,9	~	2,8
Tempo di consegna	187 d	^	132 d
Spese amministrative per dipendente	59,9	^	60,6
Prospettive delle risorse umane			
Numero dei dipendenti	113	~	112
Indice di soddisfazione dei dipendenti (0-100)	81	^	80
Assenteismo medio	2,3 %	~	2,5 %



CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

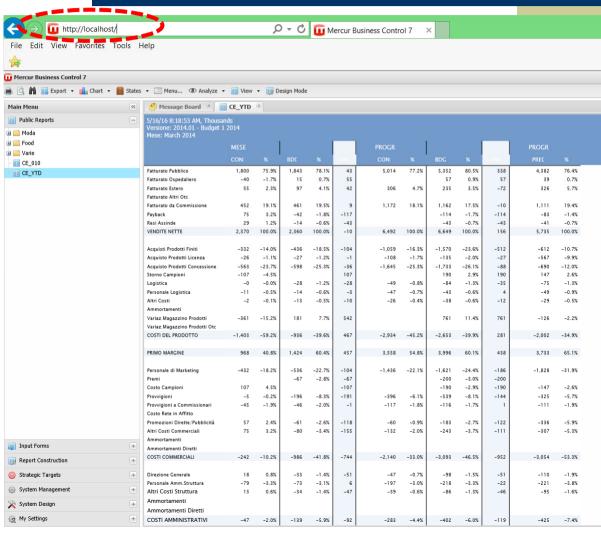


Gestione della sicurezza





Interfaccia Web





Referenze Internazionali





... in Italia







