

Analysieren für Dr. BEST & Co.

Mit Mundpflegemarken wie Dr. BEST und Odol sowie Gesundheitsmarken wie Abtei und Eunova ist die GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co KG (GSK Consumer Healthcare) einer der erfolgreichsten Healthcare-Anbieter am deutschen Markt. Im Rahmen des Vertriebsreporting setzt das Unternehmen seit Beginn dieses Jahres auch die OLAP- und Data-Mining-Produkte der prudsys AG ein.



Als Karl August Lingner und Professor Seifert 1893 in Dresden die Rezeptur für ein antiseptisches Mundwasser entwickelten, hätten sie sich wohl nicht träumen lassen, dass das von ihnen kreierte Odol zu einer der bekanntesten Marken der Welt werden würde. Heute ist Odol zusammen mit zahlreichen anderen renommierten Marken wie Dr. Best, Sensodyne, Corega, Abtei und Eunova Bestandteil der Produktfamilie von GSK Consumer Healthcare, einer Tochtergesellschaft eines der weltweit führenden Arzneimittelherstellers und Anbieters von Gesundheitsprodukten.

Wer im hart umkämpften Markt der Gesundheitsprodukte bestehen will, darf sich aber nicht allein auf Tradition und Bekanntheit seiner Marken ausruhen. Die ständige Analyse der Marktveränderungen und konsequente Vertriebssteuerung sind unverzichtbar, um in diesem dynamischen Markt bestehen zu können. Hier müssen umfangreiche Daten zusammengeführt und miteinander verknüpft werden. Diese liegen in zahlreichen Excel- und Textdateien sowie Datenbanken vor. Bisher geschah die Auswertung in Form von Excel-Arbeitsblättern, doch war deren Erstellung und Wartung sehr aufwändig und fehlerbehaftet. Darüber hinaus waren die Analysemöglichkeiten stark eingeschränkt.

Aus diesem Grund entschied sich das Unternehmen, den Data-Mining-Spezialisten prudsys AG zu kontaktieren, dessen Software es bereits für weitreichende Analysen im Bereich Category Management einsetzt. Im Rahmen eines gemeinsamen Projektes mit der prudsys AG wurde eine vollautomatische Lösung zur zielorientierten AD-Steuerung, basierend auf dem MERKUR MINER PLUS, entwickelt. Diese beinhaltet ein umfangreiches Skript zum Datenimport, welches automatisch auf alle Datenquellen zugreift, deren Daten verknüpft und in den MERKUR MINER einliest. Weiterhin wurden spezielle MERKUR-MINER-Arbeitsblätter erstellt, welche in klarer Form thematisch zusammengehörige Analysetabellen enthalten. Neben der übersichtlichen Darstellung der wesentlichen Vertriebskennziffern ermöglichen die Tabellen auch die intuitive Nutzung von OLAP-Funktionen wie Selektionen, Gruppierungen und Drill Down. Schließlich exportiert der MERKUR MINER alle Ergebnisse als grafisch anspruchsvolle Reports, welche den betreffenden Vertriebsabteilungen zur Verfügung gestellt werden. Hierbei sind die Analysen des MERKUR MINER thematisch in drei Ebenen gegliedert: national, auf regionaler und auf Bezirksebene.

Die entstandene Lösung stellt somit ein einheitliches Steuerungsinstrument für alle Vertriebskennziffern dar, welches gruppenspezifische Reports generiert und darüber hinaus sowohl vollautomatisch als auch interaktiv betrieben wird.

Zusammenfassung

Eingesetzte Produkte:

- MERKUR MINER PLUS

Erreichte Ziele:

- deutlich verkürzter Zeitraum für Generierung von Reports
- weniger Fehler bei der Reporterstellung
- schnelle OLAP-Analyse aller Vertriebskennziffern

Zitat:

„Effizientes Vertriebsmonitoring erfordert den Einsatz moderner Technologien, um schnellstmöglich auf Veränderungen am Markt reagieren zu können. prudsys hat uns nicht nur durch die Mächtigkeit seiner Analyseverfahren, sondern auch durch deren reibungslose Integration in unsere Prozesslandschaft vorgebracht.“

Harald Lingner,

Customer Marketing Data Management & Business Operations Manager, GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co KG