

BI revoluce v Martinusu: Internetové knihkupectví pomáhá řídit Qlik Sense

„Častokrát jsme překvapení, že reálné výsledky jsou někde jinde, než jsme intuitivně očekávali. Vzniká nám prostor na to, abychom se mohli věnovat skutečnému řešení situace.“

– Michal Meško, majitel a ředitel, Martinus

Martinus je se 600 tisíci zákazníky měsíčně největší internetové knihkupectví u nás. Provozuje i 9 kamenných knihkupectví a vlastní síť kaváren Foxford. Martinus působí na Slovensku a v Čechách.

Cesta ke Qlik Sense

Data discovery řešení si do Martinusu hledala cestu trochu netradičně. Málokdy se totiž stává, že impulz k takovému typu řešení přijde odjinud, než z IT anebo BI oddělení. V případě Martinusu byl inovátorem přímo majitel a šéf tohoto internetového knihkupectví Michal Meško.

Sám se považuje tak trochu za „geeka“, který si s věcmi rád hraje. K data discovery se dostal už někdy kolem roku 2010, kdy objevil řešení QlikView od softwarové společnosti Qlik a nainstaloval si jeho bezplatnou desktopovou verzi.

Data discovery revoluce z důvodu jiných priorit následně v Martinusu na několik let zaspala, změnilo se to však v roce 2014. Tehdy Michal Meško náhodou narazil na úplnou novinku na poli business intelligence a data discovery – Qlik Sense. Opět jde o produkt Qliku, kterému odborníci předpovídají velkou budoucnost. Tento objev přišel právě v době, kdy v Martinusu uvažovali o návratu k data discovery.

Také Qlik Sense bylo možné bezplatně vyzkoušet, základní verze nabídla pokročilé analýzy a moderní vizualizace a též tvorbu datových modelů. Dokázala fungovat i v cloudu, což byla pro Martinus zajímavá novinka.

V této době vstoupil do hry EMARK, který stál před úlohou přivést Qlik Sense v Martinusu na vyšší úroveň. To už věci nabraly rychlý spád, od prvotního kontaktu až po podepsání objednávky uběhly jen dva dny. „Přesně jsme věděli, co chceme a co potřebujeme. Asi jsme byli jednoduchým klientem v tom, že jsme už měli všechno otestované a měli jsme jasno v tom, že do toho chceme jít,“ vysvětluje rychlý náběh spolupráce Michal Meško, majitel a ředitel internetového knihkupectví Martinus.

Proč data discovery?

V Martinusu dlouhodobě převládá špatný pocit z toho, že data nevyužívají tak, jak by mohli. Shromažďovali mnohem více údajů oproti tomu, kolik z nich reálně využívali, protože věřili, že v budoucnosti mohou být užitečné. Chtělo to však nástroj, který by je dokázal zvládnout. Pozornost vedení Martinusu se zaměřovala především na webové založené řešení, protože nechtěli být závislí na nějaké platformě.

Přehled řešení

Martinus

Odvětví: Maloobchod a distribuce

Zaměření: prodej knih online a též v kamenných obchodech; síť kaváren

Státy: Slovensko a Česká republika

Výzvy: V Martinusu dlouhodobě převládá špatný pocit z toho, že data nevyužívali tak, jak mohli. Shromažďovali mnohem více údajů oproti tomu, kolik z nich reálně využívali, protože věřili, že v budoucnosti mohou být užitečné. Chtělo to však nástroj, který by je dokázal zvládnout.

Řešení: Martinus ve spolupráci s EMARKem nasadil Qlik Sense na víceroch odděleních. Nástroj dnes pomáhá řídit operace knihkupectví. Qlik Sense je dnes v Martinusu zdrojem důležitých informací, bez nichž není možné dělat správná rozhodnutí.

Přínosy:

- Mnohonásobná úspora času
- Informace v kontextu
- Přehled o ziskovosti položek
- Okamžité propočítání všech grafů po změně hodnoty

Zdroje dat: Excel, SQL Server



2 kliknutí...

...stačí na prohlédnutí aktuálního podílu prodeje u kamenných obchodů vs. online

5 - 7 sekund

Tolik trvá načítání úvodních filtrů při otevření datového modelu

V rámci výběru zvažovali různé analytické nástroje, ty si však vyžadovaly investice zhruba na úrovni 15 – 20 tisíc eur ročně, což v Martinusu zprvu odmítali. Později však začal převládat názor, že dosáhli už takové velikosti, že kvalitní řešení by jim tyto investice mohlo vrátit zpět.

Do toho přišel Qlik Sense, který dokázal fungovat při řádově menší vstupní investici ve všech webových prohlížečích i v mobilních zařízeních. „To byla pro nás jedna z nejsilnějších věcí,“ říká Michal Meško. „Samozřejmě zabodoval i příznivý cenový model, díky kterému je Qlik Sense oproti ostatním řešením dostupnější,“ dodává.

Kavárna pod drobnohledem

První analýzy a reálné využití Qlik Sense přišly už v rámci bezplatné, desktopové verze. Sice v malém, ale efektivně a spolehlivě analyzovaly část byznysu, kterou Martinus provozuje vedle obchodování s knihami – kavárnu.

Řešili například problém, jak nastavit cenu kávy – tedy jestli dát mléko do ceny kávy, nebo ho účtovat odděleně. V Qlik Sense si dokázali za dvě minuty prohlédnout, v kolika případech káv bylo koupené i mléko. Téměř okamžitě viděli, jak by ovlivnilo tržby započítání mléka do ceny kávy a o kolik by museli zvednout ceny. „Najednou jsme měli údaje, díky kterým jsme se nemuseli rozhodovat „pocitologií“, ale měli jsme tvrdá data. Přesně jsme věděli, kolik lidí si dá ke kávě i mléko,“ přizvukuje Michal Meško. Na základě toho Martinus zůstal věrný konceptu lacinější kávy a placeného mléka. Zákazník tak nemusí platit za něco, co si reálně nedá, a cena kávy zůstane nižší.

Premiéra Qlik Sense

Analýzy kavárenského byznysu byly však pouze ochutnávkou toho, co ještě mělo přijít – analýzy nad celofiremními daty. O implementaci komplexního Qlik Sense řešení s plnou funkcionalitou se postarala společnost EMARK a byl to jeden z prvních Qlik Sense projektů v našich zemích.

Budování „master“ modelu Qlik Sense trvalo lidem z Martinusu ve spolupráci se specialisty EMARKu několik týdnů. Podle Michala Meška si systém jako Qlik Sense vyžaduje změnu myšlení, i proto se rozhodli jít na mnoho věcí „hackerským“ způsobem – učili se systémem pokus-omyl. „Qlik Sense to umožňuje a je to absolutně v pořádku,“ přidává se Ondřej Javorka, partner z EMARKu.

Pro celý projekt bylo důležité i to, že Martinus měl všechna data „slítá“ do jedné databáze. Michal Meško to považuje za jeden z důvodů, proč se podařilo Qlik tak rychle nasadit. Děly se jen drobné úpravy v souvislosti s nastavením datového modelu a konzistencí. Technicky bylo i doposud možné se na ta data podívat na jednom místě – přes SQL – bylo to však nesrovnatelně těžší. Takže teď jsou všechny relevantní položky firmy – objednávky, vydavatelé, produkty, hlavní kalendář, města, země, regiony a obchody součástí jediného datového modelu v hlubokém detailu. Qlik je logicky propojuje, díky čemu je možné pohodlně a na počkání analyzovat celou firmu.

Jelikož si v Martinusu všechno vyvíjeli sami, při nasazování data discovery řešení měli velkou výhodu. Dokonale totiž znají svůj databázový model, i proto datové modely vznikaly relativně snadno. Jednoduše přesně věděli, co s čím a jak spojit.

Odpověď na dva kliky

Jedny z prvních vizualizací byly zaměřené na prodej literatury podle různých kritérií. Šlo o základní panel nastavení a filtrů, přes který bylo možné si „naklikat“ aktuální stav. Šéf Martinusu s kolegy dnes vidí nejen to, jak se vyvíjí aktuální měsíc třeba v počítačové literatuře, ale dokáže si prohlédnout i dlouhodobé trendy. „V tomto roce máme zatím meziroční růst možná 20 % celkově, ale podle grafu uvidíme propad u počítačové literatury o 30 %,“ konstatuje Meško. Jedním dechem však dodává, že v případě IT literatury jde o všeobecný trend posledních let.

**martinus.SK**

K dispozici jsou i detailnější informace, v Martinusu si mohou i prohlédnout, kolik knih s IT tematikou se prodalo v kamenných obchodech a kolik online. Podíl je vidět okamžitě, stačí jen pár kliků. Když si chce někdo zjistit, kdy se prodala poslední kniha o počítačové literatuře například v Prešově, odpověď je reálně vzdálená na dvě kliknutí.

Qlik Sense je dnes v Martinusu zdrojem důležitých informací, bez kterých není možné dělat správná rozhodnutí. Pomohl například odhalit, že kamenná knihkupectví se na celkovém prodeji počítačové literatury podílejí asi třetinou, zbytek prodeje tvoří internet. To pomůže přesně zacílit marketing, komunikaci a obchodní aktivity.

Michal Meško s kolegy mají dnes taktéž přehled o tom, ve kterých městech je největší poptávka podle oblastí a tematického zaměření. Není problém zjistit, kde se nejvíc prodává IT literatura a naopak, kde nejméně. „Častokrát jsme překvapení, že reálné výsledky jsou někde jinde, než jsme intuitivně čekali. Vzniká nám prostor na to, abychom se mohli věnovat skutečnému řešení situace,“ říká Michal Meško.

Neočekávaná změna? Pro Qlik Sense žádný problém

Jedním z nejsilnějších nákupních rozhodnutí byla pro šéfa Martinusu schopnost Qlik Sense okamžitě propočítat všechny grafy po změně nějaké hodnoty. Sám to považuje za „ohromné zjednodušení“, protože nemusí pokaždé měnit nastavení. Velmi jednoduše dokáže jít v krocích dopředu i dozadu. V jakémkoli jiném nástroji je na takovéto propočítání nutný samostatný požadavek, například další SQL query. Qlik Sense však funguje úplně jinak díky svému asociativnímu datovému modelu. Tato technologie je páteří celého řešení, přičemž Qlik ji vyvíjí už dvě dekády a má ji i patentovanou.

Síla řešení spočívá i v jeho schopnosti podávat informace v kontextu, není to však až tak jednoduché. Podle Michala Meška je tu důležité know-how a znalost trhu. Graf sice něco ukáže, ale ne vždy

poskytne interpretaci. „Jedna věc je odpověď na otázku „Co se stalo?“, což poskytne mnoho nástrojů. Druhá věc potom je odpověď na otázku „Proč se to stalo?“ a další související otázky, které uživatele napadnou, a toto dokáže už jen Qlik Sense,“ dodává Ondřej Javorka.

Jedním z důležitých pohledů pro šéfa Martinusu je i ziskovost položek. Dnes se dokáže bez problémů podívat, které tituly byli ziskové více či méně, případně vůbec, a to nejen v konkrétním čase, ale i z dlouhodobého pohledu. Dosud problematické vyhledávání těchto položek jde dnes jako „po másle“, výsledek vyhledávání se objeví prakticky okamžitě po jeho spuštění. Systém navíc dokáže údaje vyhledávat inteligentně, například i bez diakritiky. Najde tak „počítače“, i když hledáte „pocitace“ a naopak.

Mnohonásobná úspora času

Martinus je jednou z největších maloobchodních společností, která pracuje s opravdu velkými objemy dat. Počty záznamů dosahují miliónových hodnot. Co se týče úrovně detailu, v některých věcech jde pořádně hluboko. Jestliže mluvíme o výkonu, podle Michala Meška je omezením spíše rychlost internetového připojení. Z pohledu hardwaru Qlik Sense zvládne i jednoduchý server. „Při otevření datového modelu se o něco déle načítají úvodní filtry, trvá to asi 5 – 7 sekund. Po nahrání do operační paměti je však práce mnohem rychlejší,“ popisuje Michal Meško, jak to funguje v Martinusu.

Co je výhoda, není nutné spouštět novou query při každé změně a Michal Meško mluví o mnohonásobné úspoře času. Předtím to v Martinusu podobně jako mnohé jiné firmy dělali v Excelu. Když se přišlo na to, že někdo zapomněl vyloučit nějakou kategorii a zůstala mu už jen suma, bylo nutné celý proces tvorby query spustit znovu. To znamenalo vytáhnout data a překopírovat je do Excelu, v lepším případě překreslit graf, v horším znovu natahovat sloupce nebo úplně předělat grafy. „S Qlikem je to doslova o jednom kliknutí, což je pro nás

obrovská přidaná hodnota,“ tvrdí Michal Meško.

Qlik Sense je jen začátek

V Martinusu jsou dnes na začátku data discovery cesty, ale už dnes partneři hovoří o dalších inovacích. Až bude fungování Qlik Sense plně zvládnuté, v Martinusu hodlají dále rozšiřovat okruh věcí, které bude Qlik Sense pokrývat. Později by se ke slovu mohli dostat i další technologie jako sofistikované prognózování nebo what-if analýzy.

Ačkoli přístup Martinusu k data discovery byl do velké míry nestandardní, vlastně to jen potvrdilo univerzálnost Qlik Sense. „Mně se tento punkersko-hackerský přístup velmi líbí. Qlik Sense tomu dává potřebný rámec, přitom vás však neustále drží v procesu. Máte tedy jistou volnost, systém má však po celou dobu vše pod kontrolou. Není nutné se tak obávat, že se z něho stane zlý pán. Zůstane jen dobrým sluhou,“ uzavírá Ondřej Javorka.



martinus.SK



emark

MÁTE-LI ZÁJEM O SPOLUPRÁCI,
KONTAKTUJTE NÁS NA:

emark@emark.cz

Jsme na Facebooku, LinkedIn
a Twitteru. Sledujte nás!

www.emark.cz

15th Anniversary of EMARK.

