

# Case Study: Wdrożenie Tableau i Salesforce w Omega Pilzno



## Grupa Omega Pilzno.

Grupa Omega Pilzno jest jedną z wiodących firm na rynku TSL – Transport Spedycja Logistyka. Firma istnieje na rynku od ponad 30 lat. Posiada osiem obiektów logistycznych o łącznej powierzchni 190 000 m<sup>2</sup> oraz własną flotę składającą się z 700 pojazdów, w tym 60 ekologicznych ciągników napędzanych gazem LNP. W skład Grupy wchodzi również autoryzowane serwisy MAN, Volvo i IVECO. Firma zatrudnia obecnie ponad 1000 pracowników świadcząc usługi w zakresie transportu drogowego, logistyki magazynowej oraz logistyki morskiej wraz z obsługą celną. Firma realizuje usługi logistyczne na całym świecie.

Omega Pilzno to pionier branży na logistycznej mapie nie tylko Polski, ale również Europy. Swoją konkurencyjność na rynku zawdzięcza między innymi stałemu rozwojowi dzięki inwestowaniu w nowoczesne technologie. Grupa inwestuje w dane, co czyni ją dojrzałą firmą o jasno ukierunkowanych celach. Ukierunkowana na odpowiednie grupy docelowe wykorzystuje potencjał rynku.

### Grupa Omega Pilzno

Jesteśmy jednym z największych operatorów logistycznych w Polsce.

Od 30 lat świadczymy kompleksowe usługi logistyczne w zakresie:

-  transportu drogowego
-  logistyki kontraktowej
-  logistyki morskiej
-  obsługi celnej



## Początki wdrożenia Tableau w Omega Pilzno.

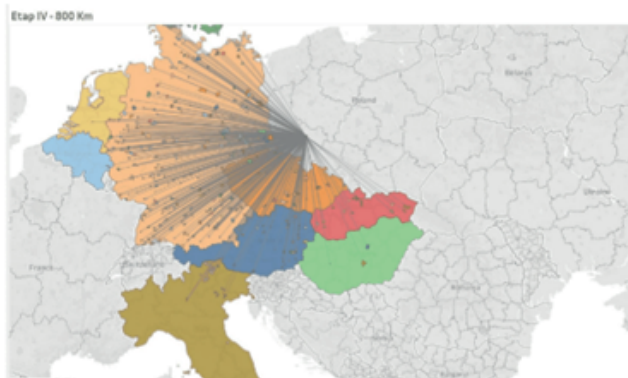
Przed wdrożeniem Business Intelligence analizą zajmował się dział transportu, który skupiał 100 aut i analizował dane z perspektywy miesiąca. Przed wdrożeniem Tableau w 2018 zespół pracował głównie na Excelach. Do pewnego poziomu analizy danych ta forma się sprawdzała. W momencie rozpoczęcia współpracy Omega Pilzno była w pełni świadoma możliwości wykorzystania informacji, które są zamknięte w danych. Będąc na rynku już 25 lat firma posiadała bardzo duże doświadczenie w swoim fachu, jednak zespół był

świadomy, że nie wykorzystuje pełnego potencjału jakie niesie na sobą transformacja cyfrowa. Dane musiały zostać zcentralizowane w jednym miejscu i usystematyzowane. Zagregowane dane miały zostać przygotowane do wdrożenia narzędzia Business Intelligence, które ułatwiłyby podejmowanie decyzji biznesowych. Ze względu na ilość danych oraz ich strukturę, wybrali Tableau. Najważniejszym celem wdrożenia było zbudowanie przewagi konkurencyjnej oraz analiza rentowności. Odbiorcami miał być zarząd oraz kadra kierownicza. Jedną z potrzeb firmy, która wyniknęła z analizy przedsiębiorstwa były co miesięczne raporty dla zarządu, które miały zawierać najważniejsze informacje. Tak rozpoczęli wdrożenie tzw. „Książki” – miała pokazywać marże, trendy, kursy, kwoty paliw, flotę w użyciu. Książka musiała zawierać najważniejsze informacje na temat działania wszystkich obszarów w firmie oraz spółkach i pokazywać najważniejsze liczb, odchylenia, wyniki czy prognozować trendy.

Wszystkie wskaźniki w Książce odświeżane były na bieżąco, dzięki czemu spotkania mogły odbyć się w dowolnym miejscu i czasie. Dane były zawsze aktualne. Wdrożenie Tableau rozpoczęli od integracji z dotychczasowymi narzędziami jak SAP, TMS, Excelami oraz TabWriterem, czyli narzędziu stworzonym przed NDLS służącemu do błyskawicznej modyfikacji danych źródłowych (<https://newdatalabs.com/tabwriter-newdatalabs/>). Wszystkie dane zostały zamodelowane w Tableau Prep i w pełni zintegrowane. W ramach zarządzania danymi oraz zapewnienia ich jakości i zgodności z zasadami Data Governance, wdrożono mechanizmy do kontroli i nadzoru nad procesami danych. Do analizy powiązań między źródłami i odświeżaniu ekstraktów z Tableau Prep wdrożono narzędzie Data Management.

Pierwszą analizę NDLS wykonali w trakcie warsztatów Proof of Concept (POC), podczas których zdefiniowano potrzeby raportowe, rozpoznaliśmy źródła danych i na tej podstawie przygotowano przykładowe dashboardy w Tableau. Całość wdrożenia przygotowała analityków Omega Pilzno do samodzielnej pracy w narzędziu. Dzięki wdrożeniu Tableau Online, czyli platformie opartej na chmurze, dział IT nie musi się martwić aktualizacjami, utrzymaniem, backupem serwera a użytkownicy mają wygodny dostęp z urządzeń mobilnych czy komputerów.

### **Analiza danych klienta przed złożeniem oferty**



## *Co udało się uzyskać dzięki wdrożeniu Tableau Online.*

Głównym zyskiem będącym następstwem wdrożenia był natychmiastowy dostęp do informacji, dzięki jakościowym danym. Zcentralizowane dane pozwoliły na optymalizację czasu pracy i kosztów, lepsze prognozowanie i duży poziom szczegółowości danych.

Obecnie analizowany jest każdy pojazd, jego załadunek, trasa, czas pracy kierowcy, dane z GPS, zużyte paliwo w ujęciu każdego dnia. Dzięki agregacji danych Omega Pilzno może analizować każdy aspekt przejazdu. Kontrolują KPI, zgodność wyznaczonej trasy z korytarzem przejazdu oraz miejsc tankowania dzięki danym z GPS. Mogą dzięki temu wychwycić anomalie jakimi między innymi są dane tankowania ze stacji, która znajduje się poza wyznaczoną trasą – taka informacja może być następstwem skradzionej karty przez osoby niepowołane. Daje to możliwość szybkiej reakcji. Dzięki danym z GPS analiza mapy pozwala na ustalenie stacji oraz parkingów znajdujących się w korytarzu co daje możliwość negocjacji cen. Negocjacja o 0,01 EUR ceny paliwa pozwala zaoszczędzić szacunkowo 100 000 Zł miesięcznie. Minimalna negocjacja pozwala na generowanie niższych kosztów utrzymania. Dzięki przygotowanej analizie danych geograficznych Omega Pilzno zyskuje przewagę wśród konkurencji, gdyż optymalizuje trasy przejazdu floty proponując konkurencyjne ceny przejazdów klientom. Analiza rentowności pozwala na sprawniejsze zarządzanie przejazdami i wyeliminowanie tych nierentownych, kiedy samochód wraca pusty. Dzięki tym analizom flota mogła być cały czas w trasie. Dzięki analizie cen paliw Omega Pilzno uruchomiła wewnętrzną kampanię „Odpal i jedź” mającą na celu zmniejszenie udziału pracy silnika na postoju we flocie. Przy wysokich kosztach paliwa optymalizuje to znacząco koszty. Analiza udziału procentowego pracy silnika samochodu na postoju względem całości pozwoliła przynieść oszczędności szacunkowo 80 000 zł miesięcznie. Udało się obalić mit, że samochód należy odpalić, by maszyna się „nagrzała”. Pojazdy stare wymagały procedury by silnik osiągnął 80 stopni temperatury, jednak przy nowych samochodach ta procedura generowała niepotrzebne koszty. Kierowcy wychodząc z pojazdu nie gasili silnika, bo byli przekonani, że proces gaszenia silnika i odpalania pozwala ograniczyć koszty spalania paliwa. Dzięki analizom w Tableau udało się obalić również ten mit.

Kolejna akcja mająca na celu uświadomienie kierowców to „włącz tryb ekonomiczny”, dzięki której udało się spowolnić flotę. Samochody mające ograniczenie do 90 km/h spowolnili do 85 km/h, co przelożyło się na oszczędność 1 litra na 100 km na jednym pojeździe.

## Co dalej?

Omega Pilzno dzięki wdrożeniu Business Intelligence zobaczyła, co może przynieść zmiana w podejściu do pracy z danymi. Udało się zoptymalizować koszty utrzymania floty. Dzięki wprowadzeniu nowych technologii udało się utrzymać pozycję lidera w branży TSL i zapewnić sobie na długi czas miejsce na podium. Firma jednak nie poprzestała na tym i postanowiła dalej inwestować w dane i wprowadzić CRM. Początkowo rozważano wdrożenie Hubspota, który na rynku polskim był w tym czasie jednym z wiodących rozwiązań. Ostatecznie Omega postanowiła wdrożyć Salesforce, pomimo, iż ceny licencji oraz wdrożeń były podobne. Zaważyła jednak możliwość integracji Salesforce z Tableau, elastyczność systemu i możliwość rozwijania narzędzia oraz konfigurowania go na potrzeby branży logistycznej.

**Uruchomienie kampanii wewnętrznej mającej na celu zmniejszenie udziału pracy silnika na postoju we flocie.**



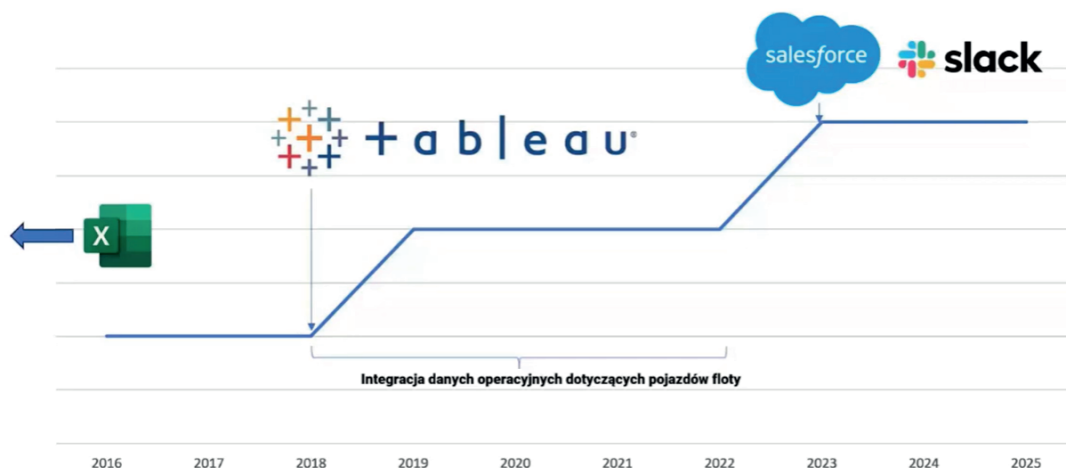
## Wdrożenie Salesforce w Omega Pilzno

### Co spowodowało, że Omega Pilzno zaczęła myśleć o wdrożeniu CRM?

Wdrożenie narzędzia analitycznego, jakim jest Tableau ułatwiło firmie zbieranie danych efektywności procesów logistycznych i przedstawianie ich w formie raportów. Po uporządkowaniu tego obszaru operacyjnego pod kątem realizacji i kosztów Omega postanowiła zrobić kolejny krok. Zadali sobie pytanie jakich danych potrzebują by dalej się rozwijać? Odpowiedź była jednoznaczna. Danych dotyczących klientów. Potrzebowali jednego narzędzia do usystematyzowania tej wiedzy. Tak rozpoczęto projekt wdrożenia CRM.

Po porównaniu systemów Hubspot oraz Salesforce, postanowiono jednak wybrać narzędzie bezpośrednio zintegrowane z Tableau. Firmie zależało na możliwości

publikowania raportów z Salesforce w Tableau i odwrotnie. O wyborze zaważyła również współpraca z NDLS, która zajmowała się wdrożeniem obu narzędzi. Dzięki wiedzy, którą już posiadała odnośnie poprzedniego wdrożenia, mieli już kompleksowe informacje, które były kluczowe przy wdrożeniu CRM. Elastyczność systemu i możliwości konfiguracyjne to kolejne cechy, które zaważyły na wyborze. Niecałą dekadę temu za całość procesu kontaktu z klientem, sprzedażą, realizacją projektu logistycznego odpowiedzialny był spedytor. To on zajmował się wszystkimi etapami od podjęcia pierwszego kontaktu, do przygotowania oferty, znalezienia kierowcy, samochodu oraz transport z miejsca A do miejsca B. W Omega Pilzno postanowili obowiązki spedytora podzielić pomiędzy inne stanowiska. Przekształcono model profilowy – spedytor został podzielony na planistę oraz dyspozytora. Do tego dochodziło biuro obsługi klienta. Mając przygotowany taki podział postanowiono zbudować dział handlowy, żeby jeszcze mocniej wyspecjalizować stanowiska, tworząc jednostki zajmujące się węższym zakresem zadań. Dzięki wprowadzeniu takiego podziału można było rozpocząć wdrożenie CRM. Wcześniej spedytor nie miałby czasu by zarządzać kontaktem z klientem, gdyż zajmował się bieżącymi kwestiami związanymi z transportem w czasie rzeczywistym.



## ***Początki wdrożenia Salesforce.***

Budowa działu handlowego była idealnym momentem na wprowadzenie Salesforce. Wraz z rozwojem działu skupiono się na faktycznych potrzebach pracowników dotyczących pracy w CRM.

Początkowo NDLS skupiła się na zewnętrznych formularzach kontaktowych, które znajdowały się na stronach www. Służyły one do kontaktu i składania zamówień. Dotychczas informacje z formularza zapisywane były w Excelach, następnie wprowadzane do SAP. Generowało to znacznie więcej pracy, a rozbudowane formularze wymuszały wprowadzanie wielu zmian ręcznie do arkusza. Poza informacjami zaciągаныmi z formularza należało uzupełniać

informacje o kliencie w arkuszach Excel oraz SAP. Poprzez ręczne wprowadzanie, brak walidacji w trakcie integracji danych, a następnie przenoszenie ich do Salesforce pojawiło się wiele błędów. Dane wprowadzane wcześniej były często wprowadzane błędnie, nie w tych kolumnach. Podczas integracji był to spory problem, gdyż należało wszystkie błędy zmieniać ręcznie w SAP. Po integracji danych wprowadzono formularze, które ukierunkowane były na konkretne produkty. Produkt z formularza (np. dotyczący logistyki morskiej lub drogowej) wpadał do systemu i od razu był kategoryzowany pod względem określonego tematu. Dzięki temu dane zamówienie od razu wpływało do odpowiedniej osoby. System automatycznie obliczał szanse sprzedaży, tworząc ich prognozę.

Dzięki integracji danych historycznych Omega Pilzno uzyskała pełne spektrum informacji odnośnie każdego klienta i każdego zamówienia. Cała historia komunikacji od tego momentu była zapisana w jednym systemie. Ułatwiło to pracę wszystkim osobom odpowiedzialnym za proces zarządzania relacjami z klientem. Procesy zostały w pełni zautomatyzowane dzięki czemu czas pracy jaki dotychczas był poświęcany przed pracownika na te czynności został znacznie zmniejszony. Pozwoliło to również na wyeliminowanie błędów wynikających z ręcznych obliczeń.

Salesforce został też wdrożony w spółce, która zajmuje się wynajmem i sprzedażą samochodów. Dzięki integracji z Tableau Omega Pilzno mogła dane dotyczące czasu wynajmu, czy też czasu, kiedy samochód jest nieeksploatowany, pokazać na wykresie. Tak raporty z Salesforce były w prosty sposób pokazywane na interaktywnych dashboardach.



## Salesforce i co dalej?

Omega Pilzno po wdrożeniu systemu i przystosowaniu go do działu handlowego i działu obsługi klienta postanowiła się nie zatrzymywać i rozszerzyć cyfrową transformację na dział marketingu. Marketing odpowiedzialny był nie tylko za zewnętrzną komunikację z klientem, ale również wewnętrzną wśród pracowników. Firma liczyła coraz więcej klientów, a co za tym idzie pracowników oraz osób współpracujących np. kierowców. Początkowe wdrożenie Account Engagement (Pardot) NDLS musiał rozpocząć od analizy poprzednich narzędzi do automatyzacji marketingowej oraz danych historycznych, jakie miałyby zostać przeniesione do systemu. Poprzednie systemy Sales Menago oraz Get Response nie były wystarczające m.in. w odniesieniu do zgód marketingowych, wypisów z subskrypcji, czyli podstawowych praw jakie posiadała każda osoba znajdująca się w bazie. Część z tych czynności musiała być robiona manualnie i bardzo skrupulatnie przez pracownika, podczas gdy system Salesforce zapewniał automatyzację tego procesu.

System posłużył nie tylko do automatyzacji komunikacji z klientem, ale również tej wewnątrz organizacji. Dzięki wdrożeniu Tableau Omega Pilzno zyskała natychmiastowy dostęp do informacji, co skłoniło firmę do wprowadzenia kampanii informacyjnych. Kampanie te były wysyłane do pracowników oraz kierowców współpracujących z Omega Pilzno. Salesforce pozwolił na śledzenie wysyłek i ścieżki jaką odbiorca komunikacji e-mail wykonał. Dzięki temu posiadali informacje, kto z kampanią się zapoznał, a komu należało wysłać wiadomość ponownie. W przypadku klientów Account Engagement stał się niezastąpionym źródłem informacji. Firma podzielona była na spółki, które prowadziły różne usługi z branży TSL. Dzięki możliwości śledzenia ścieżki klienta wiadomo było, kiedy konkretna osoba interesowała się innym produktem czy usługą i można było podjąć szybko odpowiednie kroki zyskując nową szansę sprzedaży. Klienci byli segmentowani w bazie poprzez zainteresowania, czy zakupione usługi. Dzięki temu można było trafniej kierować komunikację z większą szansą powodzenia na zainteresowanie konkretnymi usługami czy produktami.





## *Plany na przyszłość.*

Dzięki inwestowaniu w nowe technologie i rozwijanie transformacji cyfrowej firma zyskuje przewagę konkurencyjną nie tylko na Polskim rynku. Stały rozwój pozwoli Omedze Pilzno na utrzymanie tej pozycji i pozostanie liderem w branży TSL na długi czas. Wdrożenie Tableau oraz Salesforce przyniosło firmie wiele korzyści. Oczywiście jak pewnie łatwo się domyślić, to nie koniec wdrożeń narzędzi, którą pomogą ułatwić firmie pracę z danymi. Omega Pilzno już jest w trakcie rozwijania produktu Salesforce na pozostałe spółki. Kolejnym planem wdrożenia jest spółka zajmująca się serwisowaniem pojazdów. Dzięki tym inwestycjom firma znacząco wyprzedza konkurencję, zapewniając sobie wysoką pozycję na rynku TSL. Szybkie podejmowanie decyzji biznesowych dzięki narzędziom do wizualnej analityki danych oraz CRM kluczowo wyłożyło na wyniki firmy.