



9 Luglio 2025



Centro Congressi
Interporto di Nola

AI E MACHINE LEARNING PER FAR COMPETERE LA TUA AZIENDA



Prof. Danilo Scarponi
UNIVPM



Dario Partenope
SELDA



Riccardo Morra
Maddalena D'Amore
So.Farma.Morra



NOLABUSINESSPARK



PROGRAMMA DELLA GIORNATA

- **10:00** - Registrazione partecipanti e *welcome coffee*
- **10:30** - Saluti iniziali
 - **Claudio Ricci** - Amministratore Delegato CIS - Interporto Campano [Nola Business Park]
 - **Pasquale De Angelis** - Direttore Commerciale SELDA
- **10:40** - Avvio Lavori
 - **Prof. Danilo Scarponi (UNIVPM)**
Per il **Retail**
Intelligenza Artificiale (AI) e Machine Learning
 - **Dario Partenope** (Senior Qlik Specialist @SELDA)
Per **tutte le aziende, sia B2B che B2C**
Soluzioni di Business Intelligence
 - **Riccardo Morra e Maddalena D'Amore** (Co-CEO e Project Manager So.Farma.Morra Group)
Un caso concreto: l'esperienza **So.Farma.Morra**
- **12:15** - Q&A

12:45
LIGHT LUNCH



9 Luglio 2025



**Centro Congressi
Interporto di Nola**

AI E MACHINE LEARNING PER FAR COMPETERE LA TUA AZIENDA

SALUTI INIZIALI



Pasquale De Angelis
Direttore Commerciale SELDA



NOLABUSINESSPARK



Chi siamo

Fondata nel 1977, SELDA si è affermata a livello nazionale nell'area degli Analytics e della Business Intelligence. ↗

Da oltre 20 anni realizza progetti di Data Integration e Business Intelligence volti a semplificare l'analisi dei dati presso importanti realtà nazionali ed internazionali in ambito GDO, Retail, Manifatturiero, Sanitario, Assicurativo e Bancario.

Sono più di 150 i progetti realizzati da SELDA in partnership con Qlik™ per Gruppi Internazionali, Pubbliche Amministrazioni e PMI nelle principali aree aziendali: Vendite, HR, Logistica, Produzione, Finance, Retail, Acquisti.



fater

sofarma
morra
Group

Ania

BCC SINERGIA
GRUPPO BCC ICCREA

FINSO
FINCARTIERE INFRASTRUTTURE SOCIALI

PhotoSi
stampa in tue emozioni

GADA' ITALIA
by Polcx

Orienta
Agenzia per il lavoro

Andreani
TRIBUTI

Colussi
GRUPPO
ESCELLENZA ITALIANA DAL 1911

PROPAC
il tuo partner per l'imballaggio

cimberio

Sabelli

CAMPUS
A Company of the amnecash Group

esa

FarmaCentro
SERVIZIO LOGISTICA



Q
CINQUINA
trasporti e servizi

ast
ast
ast
ast

globo

GRUPPO
Gabrielli
con la gente al centro

inim
ELECTRONICS

VELENOSI
ASCOLI PICENO

SAPORE DI MARE
LE PESCARE DI ITALIA

FONDAZIONE
PUBBLICHE
ASSISTENZE

CATALANO
THE ESSENCE OF CERAMICS

webeing



9 Luglio 2025



Centro Congressi
Interporto di Nola



Prof. Danilo Scarponi

UNIVPM

AI E MACHINE LEARNING PER FAR COMPETERE LA TUA AZIENDA

PER IL **RETAIL**
INTELLIGENZA ARTIFICIALE (AI) E MACHINE LEARNING



NOLABUSINESSPARK



LA GESTIONE DELLE PERFORMANCE DEI PDV E NON SOLO



Soluzione
di **Intelligent Analytics**
per il **Retail**





Temi

- La performance
- La comparazione
- Le relazioni causa/effetto



LA PERFORMANCE : il MODELLO IDEALE

$$\text{ROI} = \text{RO} / \text{CI}$$

Indica in termini % quanti soldi rientrano rispetto al ns investimento. E' il rendimento del capitale Investito

$$\text{ROS} = \text{RO} / \text{Vendite}$$

Rendimento sulle vendite e che esprime la redditività della società che lo matura. Misura il margine operativo su ogni unità monetaria

$$\text{TOCI} = \text{Vendite} / \text{CI}$$

Il TOCI permette di misurare la redditività sulla base del numero delle vendite. Questo indice ci da il numero di volte che il capitale investito ritorna monetizzato dalle vendite.



RetailOR[®]

RETAIL ORGANIZER

Comparazione della
performance dei PDV



Soluzione di **Intelligent Analytics** per il **Retail**

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LO SVILUPPO DELLE RETI DI VENDITA AL DETTAGLIO

RetailOR® è la soluzione ideale per **organizzare e gestire sistemi di distribuzione al dettaglio**. Consente di **svolgere analisi ed elaborare strategie** per il controllo, la misurazione delle performance dei punti vendita esistenti e lo sviluppo di quelli nuovi in modo **innovativo e personalizzato**.

Intelligenza Artificiale e **Data Science** sono integrati in questo valido strumento a **supporto di titolari e manager** che ambiscono a vincere le sfide sempre più difficili poste dal mercato.

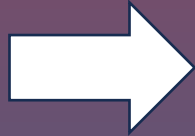
Un metodo scientifico ed operativo per analizzare le performance, clusterizzare gli store e per decidere la **localizzazione di nuove aperture**.



Analisi letteratura scientifica (management, marketing)

Fonti

- Elsevier
- Emerald Management
- Google Scholar
- **Fonti Web attendibili**



Parole chiave

- “Retail clustering”
- “Retail stores segmentation”
- “Clustering of” + “shops”, “stores”, “malls”, “outlets”, “points of sale”
- “Segmenting” + “shops”, “stores”, “malls”, “outlets”, “points of sale”.

Risultati

- clusterizzazione e classificazione di punti vendita al dettaglio;
- analisi delle aree di mercato dei punti vendita al dettaglio, per supportare le scelte di nuove aperture e per una corretta valutazione delle performance;
- modelli di previsione delle vendite e dell'impatto sulle stesse a seguito di promozioni commerciali.

Che performance stanno ottenendo i nostri punti vendita?

RetailOR® permette di **monitorare costantemente le performance di ogni singolo punto vendita** mediante opportuni indicatori, e di effettuare valutazioni più complete considerando anche **le caratteristiche e le potenzialità di mercato**.



GLI INDICATORI DELLA PERFORMANCE

STORE KPI

Entra

- Traffico
- Mercato potenziale
- ...



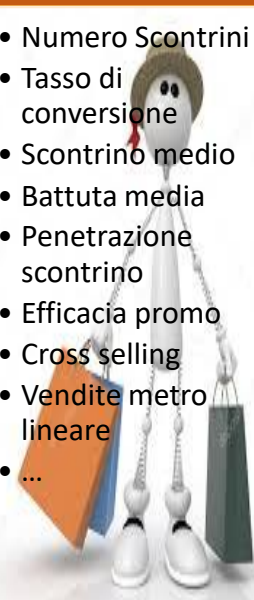
Gira

- Richieste
- Tempo
- Stock-out
- Inc % personale
-



Acquista

- Numero Scontrini
- Tasso di conversione
- Scontrino medio
- Battuta media
- Penetrazione scontrino
- Efficacia promo
- Cross selling
- Vendite metro lineare
- ...



Consuma

- Customer satisfaction
- Passaparola
- ...



Ritorna

- Fedeltà
- Reclami
- Utilizzo post-vendita
- ...



- Redditività
- Vendite
- Profittabilità
- Relazione Cliente
- Prestazione
- Efficacia/efficienza
- ...



Quelli che sono in linea con la strategia aziendale del momento.



LA PERFORMANCE NEL RETAIL: IL MODELLO PROXY

...INDICATORE DI PERFORMANCE DI SINTESI

$$\text{PROXYROI} = \text{Mn/Mq}$$

Margine Netto / Mq

$$\text{Mn\%} = \text{Mn/Vendite}$$

Rendimento sulle vendite e che esprime la redditività della società che lo matura. Misura il margine netto commerciale su ogni unità monetaria

IL ROS viene rimpiazzato dal Margine Netto %

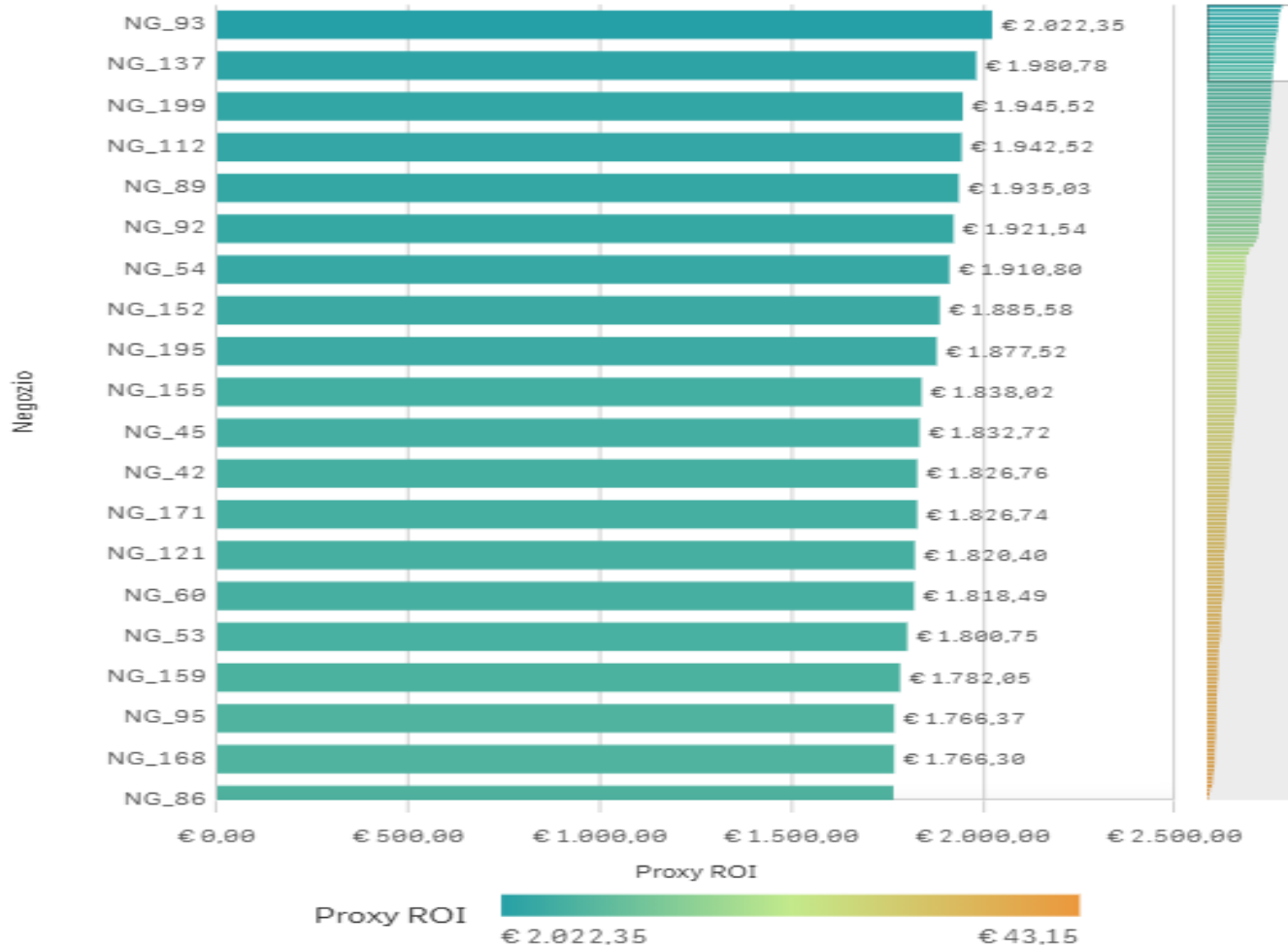
$$\text{Corrispettivo Mq} = \text{Vendite/ Mq}$$

Il Corrispettivo al mq approssima la redditività sulla base del numero delle vendite.

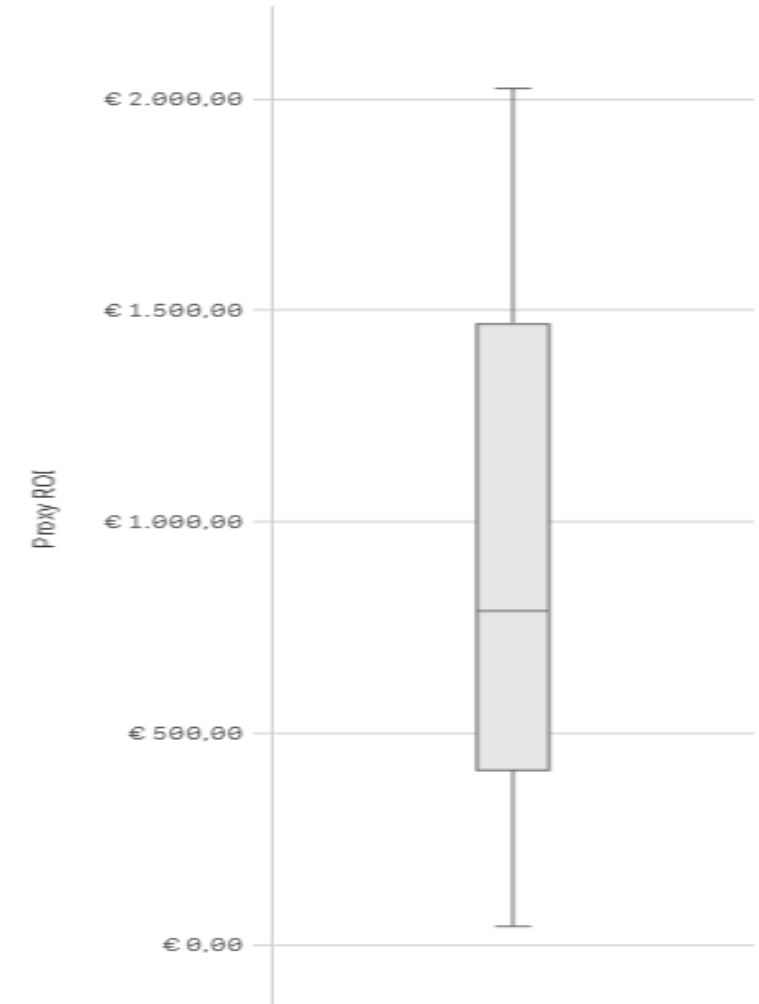
IL TOCI viene rimpiazzato dal corrispettivo Medio Mq

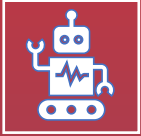
Negozi per Proxy ROI

Il proxy ROI, semplificando, rappresenta il margine al MQ



Suddivisione in percentili

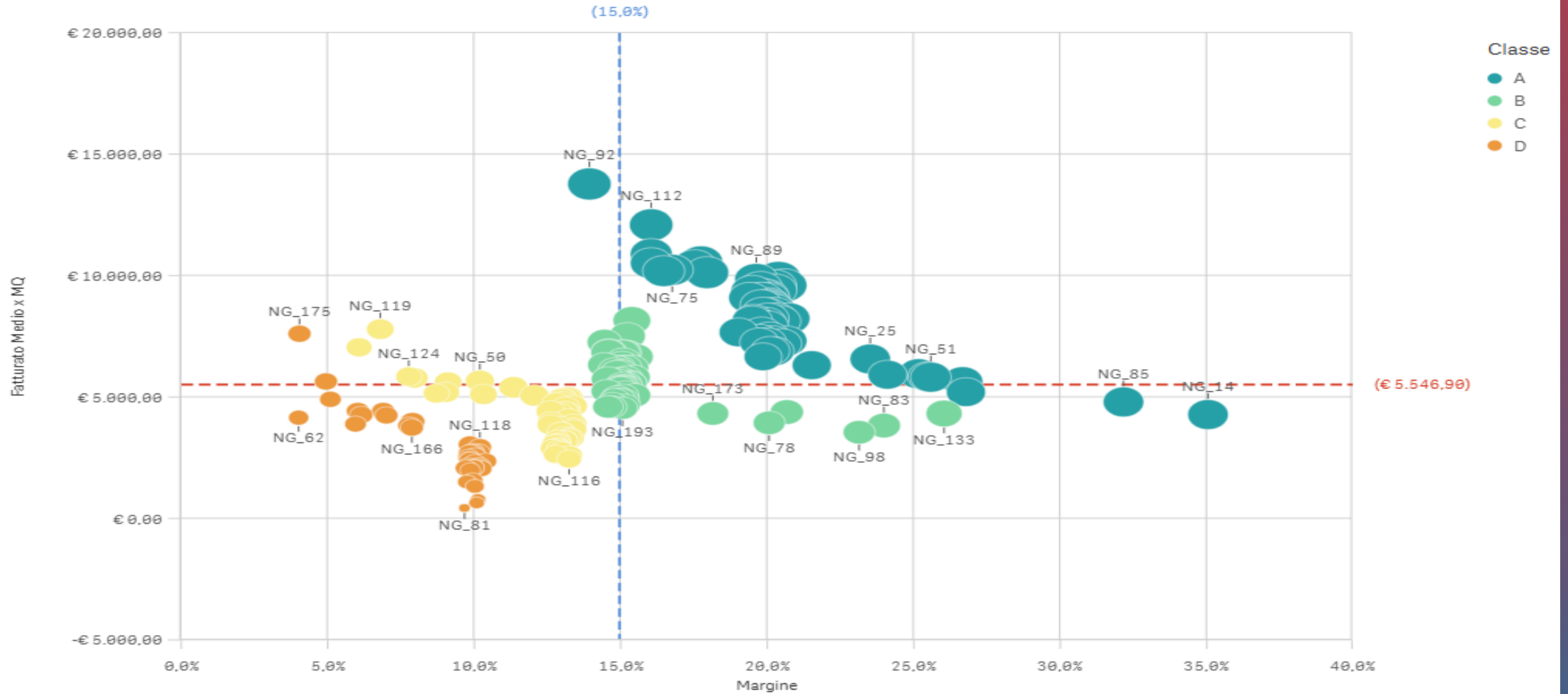




LA PERFORMANCE DEI PDV

Analisi performance basata su Classi individuate come quartili del Proxy ROI

La dimensione della bolla rappresenta il Proxy-ROI





Temi

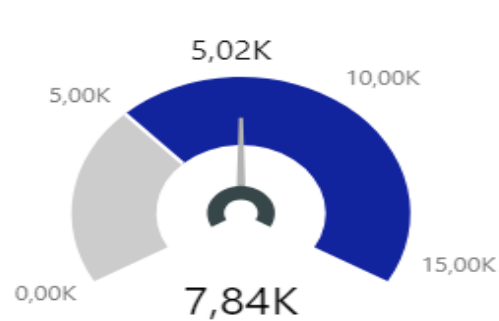
- La performance
- La comparazione
- Le relazioni causa/effetto

La comparazione delle performance

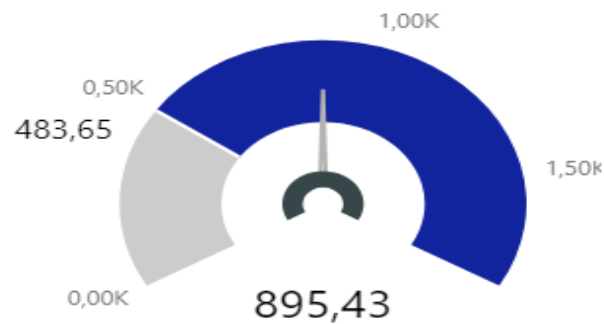


Il confronto rispetto l'anno precedente

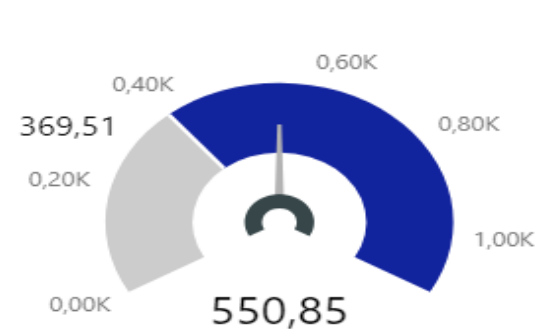
Fatturato giorno



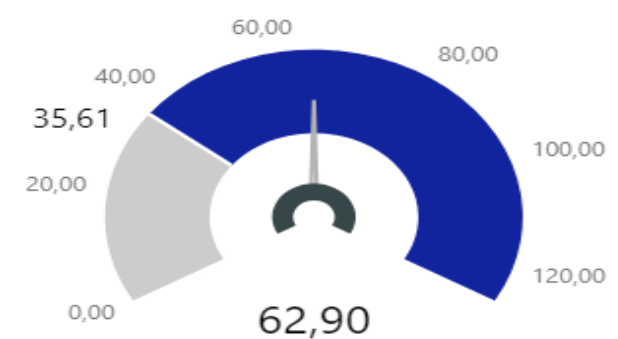
Margine giorno



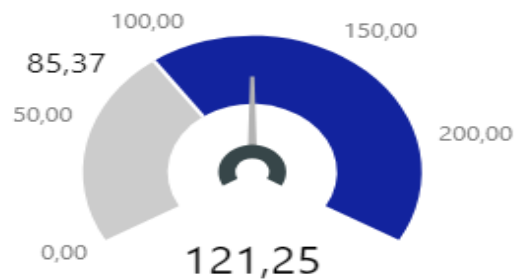
Fatturato al mq



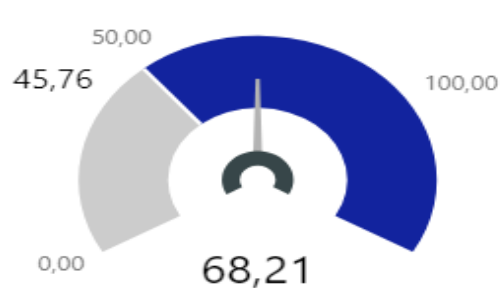
Utile al mq



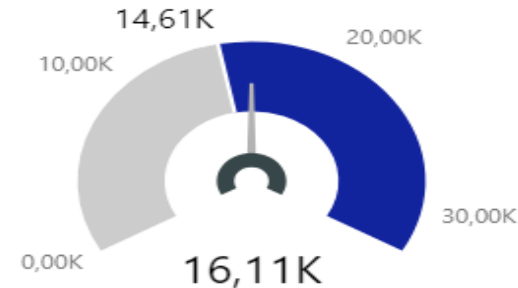
Scontrino medio



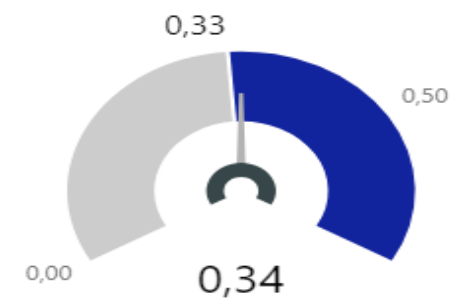
Battuta media



Numero scontrini



% Promo



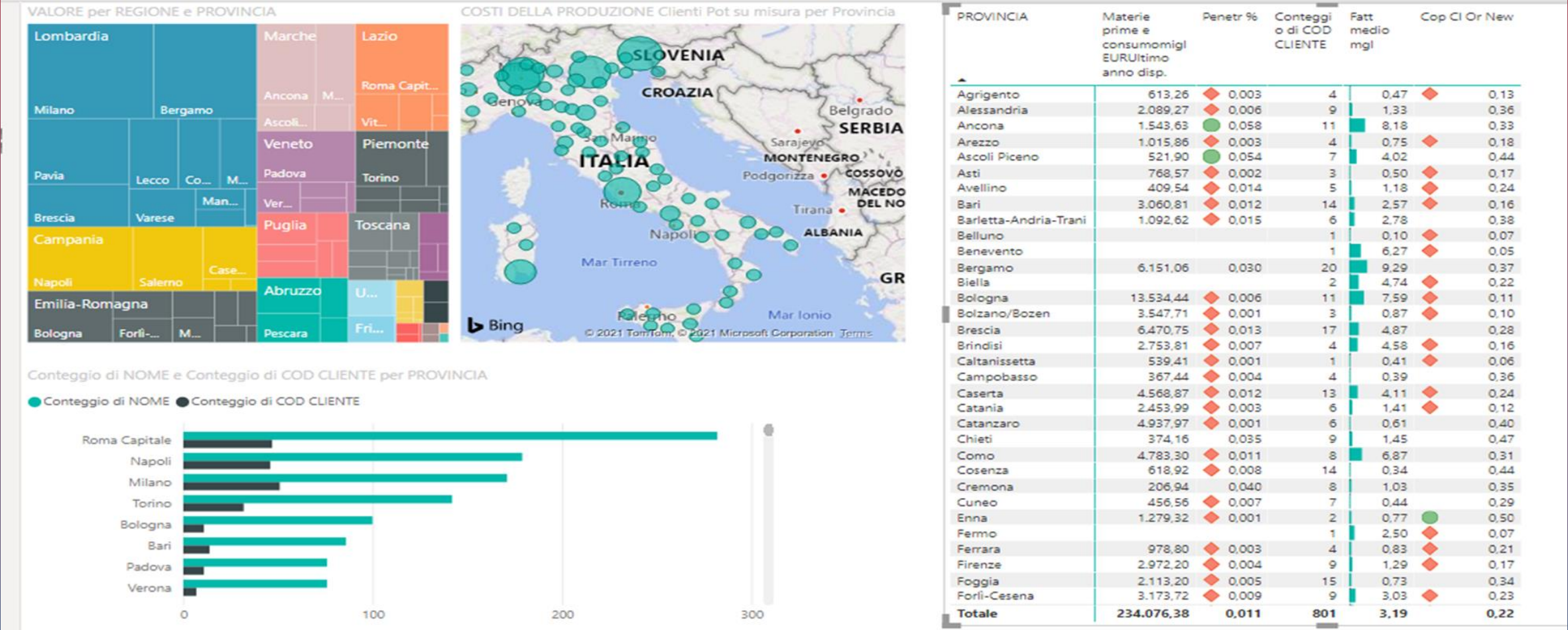
Anno

Trimestre

Mese

I tachimetri che riportano i KPI essenziali e disponibili

Il confronto con il potenziale



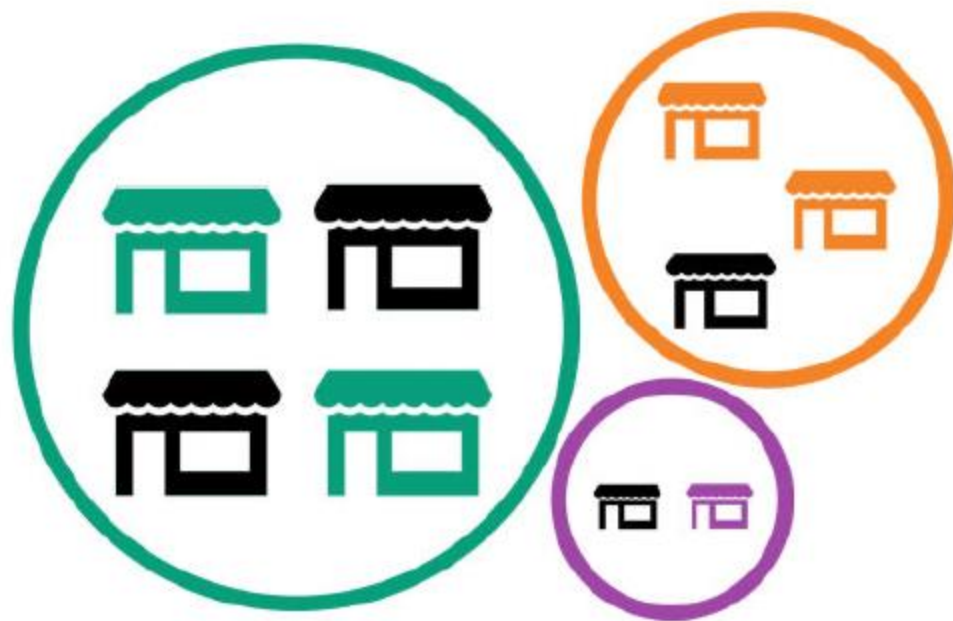
Comparare le performance in termini di potenzialità delle diverse aree sulla base della presenza e rilevanza economica dei Clienti

Il confronto con gli altri



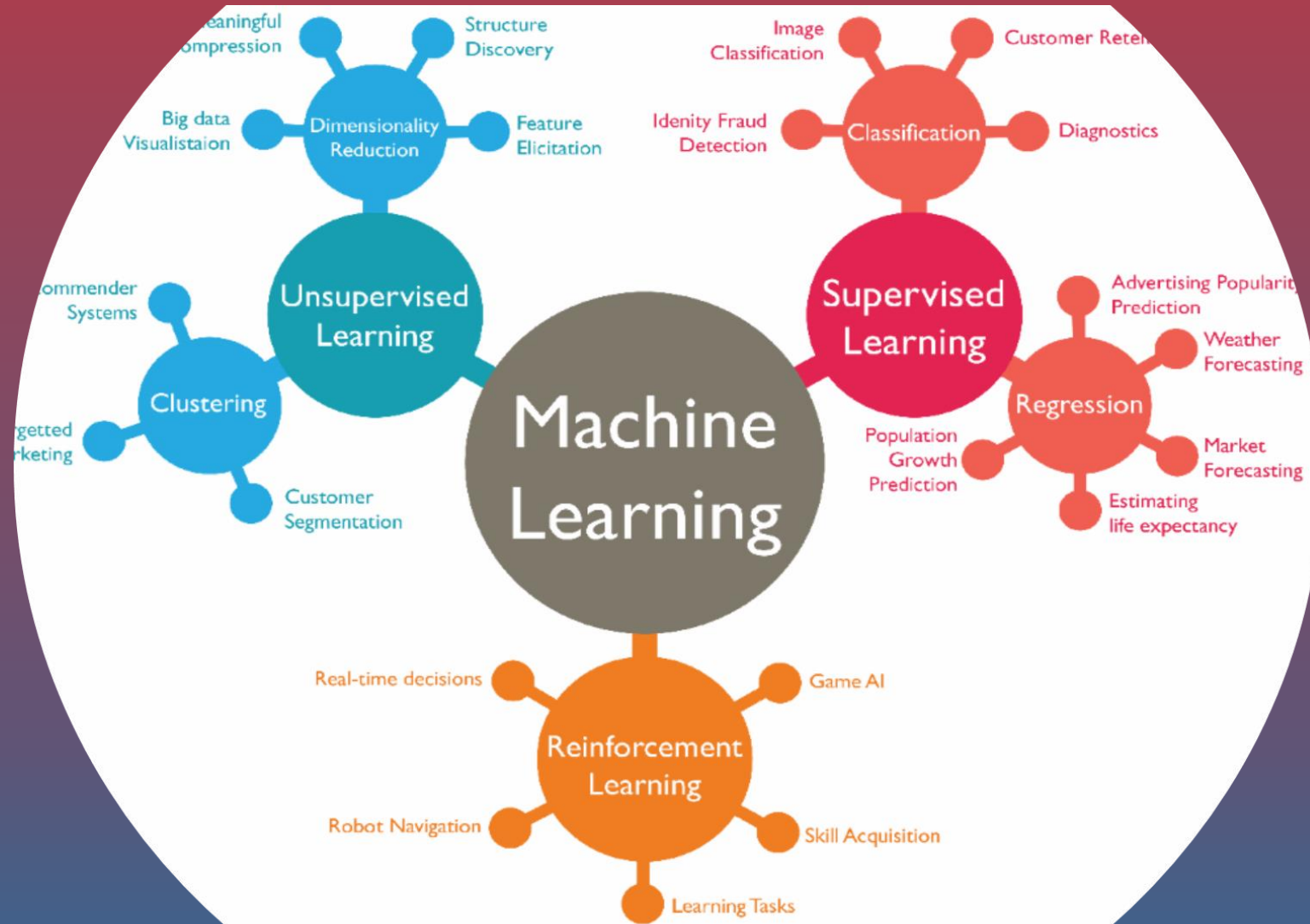


IL CONFRONTO DELLA PERFORMANCE E' EFFICACE SOLO TRA SIMILI



- Per Analizzare la Performance di PDV Simili con l'obiettivo di avviare azioni di miglioramento finalizzate ad emulare il Top

GLI ALGORITMI DI MACHINE LEARNING UTILIZZATI

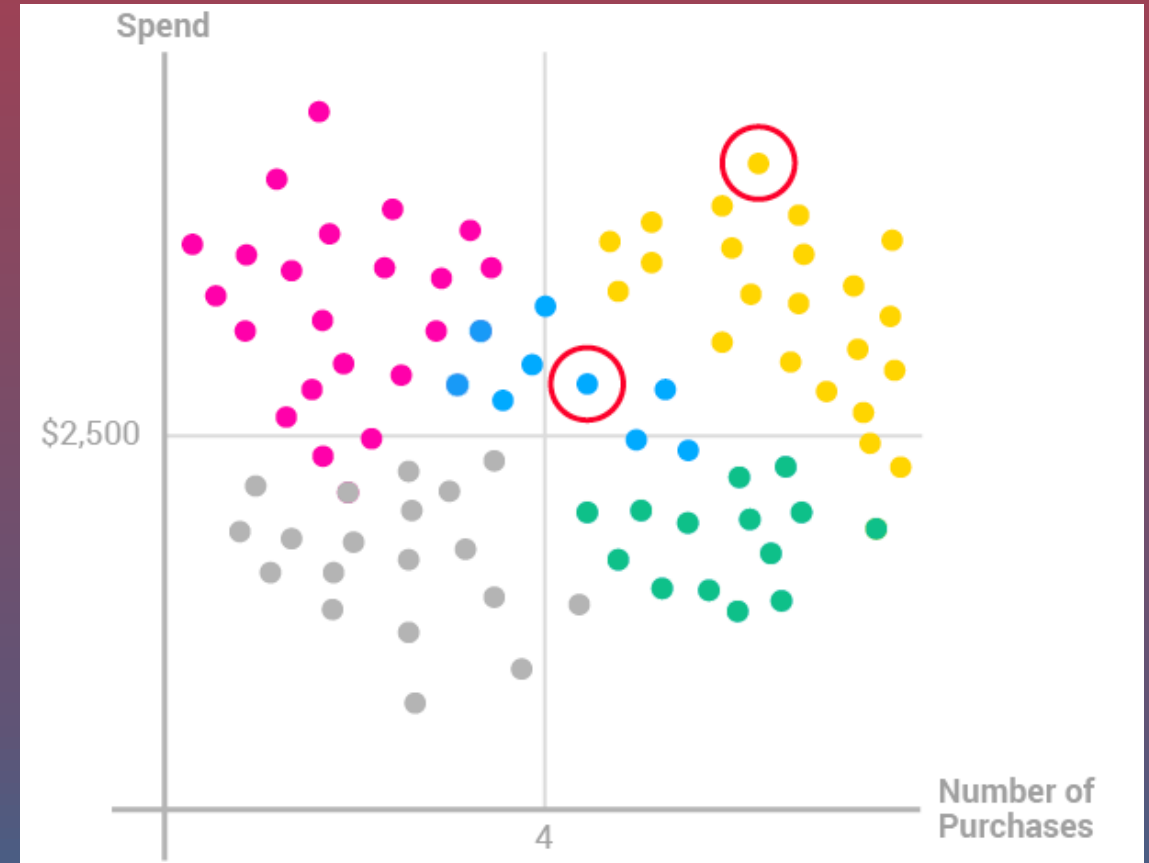




Clustering

Tecnica multivariata per **raggruppare** un insieme di oggetti, seguendo criteri di **similarità** e distanza. Oggetti più simili raggruppati all'interno dello stesso gruppo, oggetti meno simili appartengono a gruppi differenti.

L'**obiettivo**: ottenere la massima omogeneità interna e massima eterogeneità esterna.





RetailOR[®]

RETAIL ORGANIZER

Comparazione della
performance dei PDV



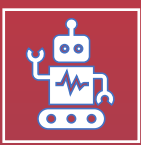
Come posso clusterizzare i nostri punti vendita?

RetailOR® offre un modello di raggruppamento affidabile in grado di **segmentare i punti vendita** elaborando dati interni ed esterni al fine, ad esempio, di raffrontare i risultati conseguiti, orientare le strategie o le azioni promozionali, realizzare stime previsionali.

La **maggior** **disponibilità** **di** **dati** **esterni** conseguente all'espansione di internet sta causando il passaggio dal ricercare il miglior modello previsionale al **ricercare i dati «giusti»**. (Verstraete *et al.* 2020)

Piuttosto che analizzare quanto i clienti comprano, sarebbe opportuno analizzare i loro comportamenti. (Hofmann and Rutschmann, 2017).

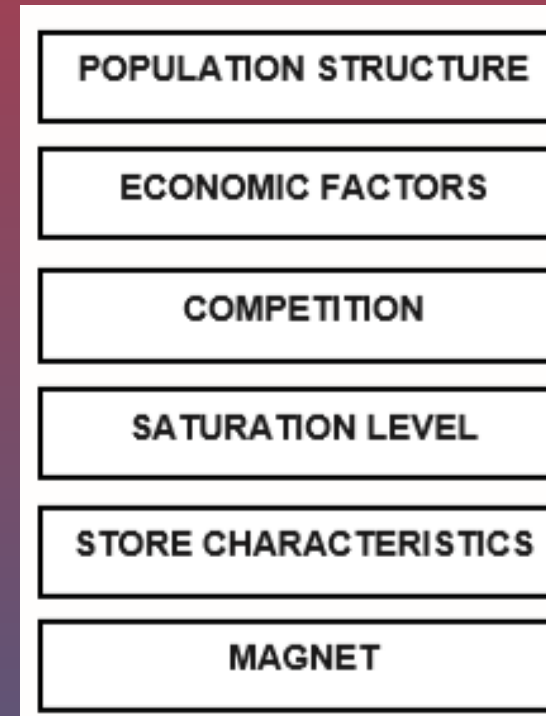
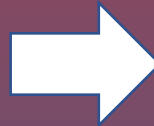


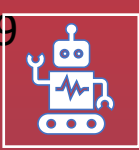


LA QUALIFICAZIONE DEI PDV

COME FUNZIONA

- Scelta delle variabili significative
- Acquisizione dei dati
- Pulizia dei dati
- Rappresentazione dei risultati





Le variabili utilizzate in Retailor

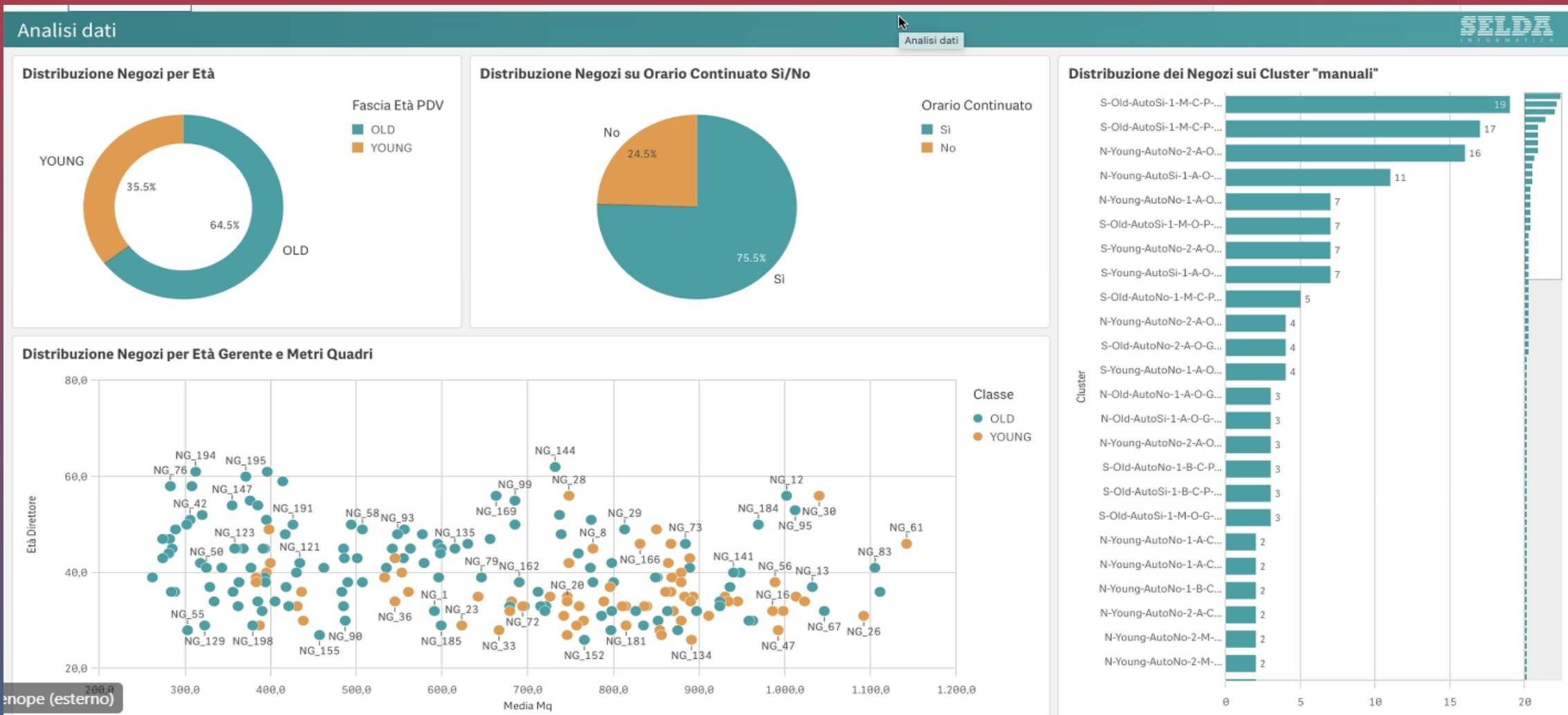
Etichette di riga	Conteggio di Attributi Variabile
+ Bacino	43
+ Struttura del PDV	28
+ Attività a Supporto del PDV	6
+ Organizzazione	61
Totale complessivo	138



Etichette di riga	Conteggio di Attributi Variabile
- Bacino	43
+ Magnete	12
+ Popolazione	11
+ Territorio	6
+ Condizioni Climatiche	6
+ Geografica	4
+ Viabilità	4
- Struttura del PDV	28
+ Dimensione	7
+ Caratteristiche Estetiche	4
+ Parcheggio	3
+ Anzianità	3
+ Assortimentale	2
+ Caratteristiche Funzionali	2
+ Espositiva	2
+ Servizi	2
+ Visibilità	2
+ Insegna Commerciale	1
- Attività a Supporto del PDV	6
+ Comunicazione	6
- Organizzazione	61
+ Caratteristiche Demografiche della ref. di prof.	9
+ Caratteristiche Demografiche del Capo Area	9
+ Valutazione del Personale	9
+ Caratteristiche Demografiche del Gerente	9
+ Processi Aziendali	8
+ Valutazione Doxa	6
+ Caratteristiche Demografiche	4
+ Caratteristiche Professionali del Gerente	2
+ Caratteristiche Professionali della ref. di prof.	2
+ Caratteristiche Professionali del Capo Area	2
+ Formazione del personale	1
Totale complessivo	138

- **VARIABILI INTERNE:** dati aziendali raccolti periodicamente (Caratteristiche del PDV, Attività di supporto, Organizzazione del PDV)
- **VARIABILI ESTERNE:** dati reperibili con attività investigativa e/o ricorrendo a banche dati esterne (Bacino d'utenza, Contesto socio/economico, Situazione Competitiva, Presenza di magneti, Le condizioni climatiche)

La rappresentazione con Qlik Sense





LA CLUSTER ANALYSIS CON RETAILOR®

COME FUNZIONA

- Omogeneizzazione delle scale delle variabili
- Scelta del metodo di clustering
- Interpretazione dei risultati ottenuti

COSA PERMETTE DI FARE

- Scoprire che alcuni PDV vengono associati ad altri in modo «sorprendente»
- Avere la conferma che PDV identici vengono associati allo stesso Cluster
- Raggruppare PDV che hanno caratteristiche simili difficilmente comprensibili con le analisi tradizionali





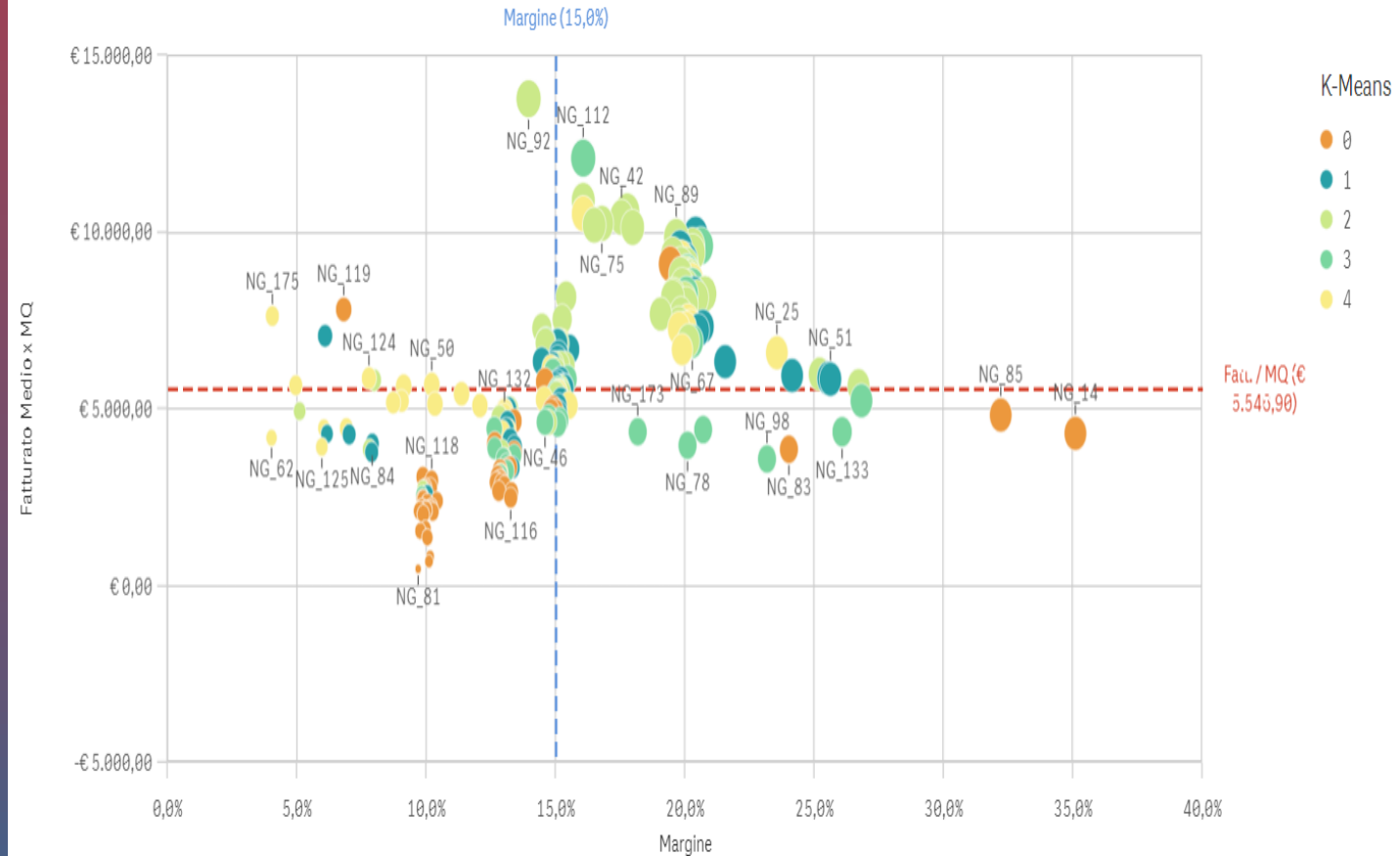
LA COMPARAZIONE DELLA PERFORMANCE

I CLUSTER

- Analizzare la performance di PDV simili con l'obiettivo di avviare azioni di miglioramento finalizzate ad emulare il Best in Class
- Fissare budget di sviluppo più accurati e personalizzati
- Delineare delle strategie di apertura e realizzare i PDV in funzione delle caratteristiche presenti nei PDV più performanti

Analisi performance dei Cluster K-Means

La dimensione della bolla rappresenta il Proxy-ROI





LA COMPARAZIONE SPAZIALE

Evidenziare il best performer ed orientare le azioni di miglioramento

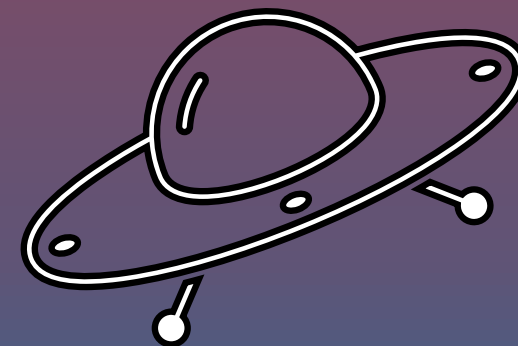
CONFRONTO

DESCRITTIVO

Mette in luce uguaglianze e differenze e fornisce segnali su alcuni fenomeni senza stabilirne le motivazioni

CAUSALE

Sottopone analogie e diversità ad una successiva interpretazione al fine di identificarne le cause



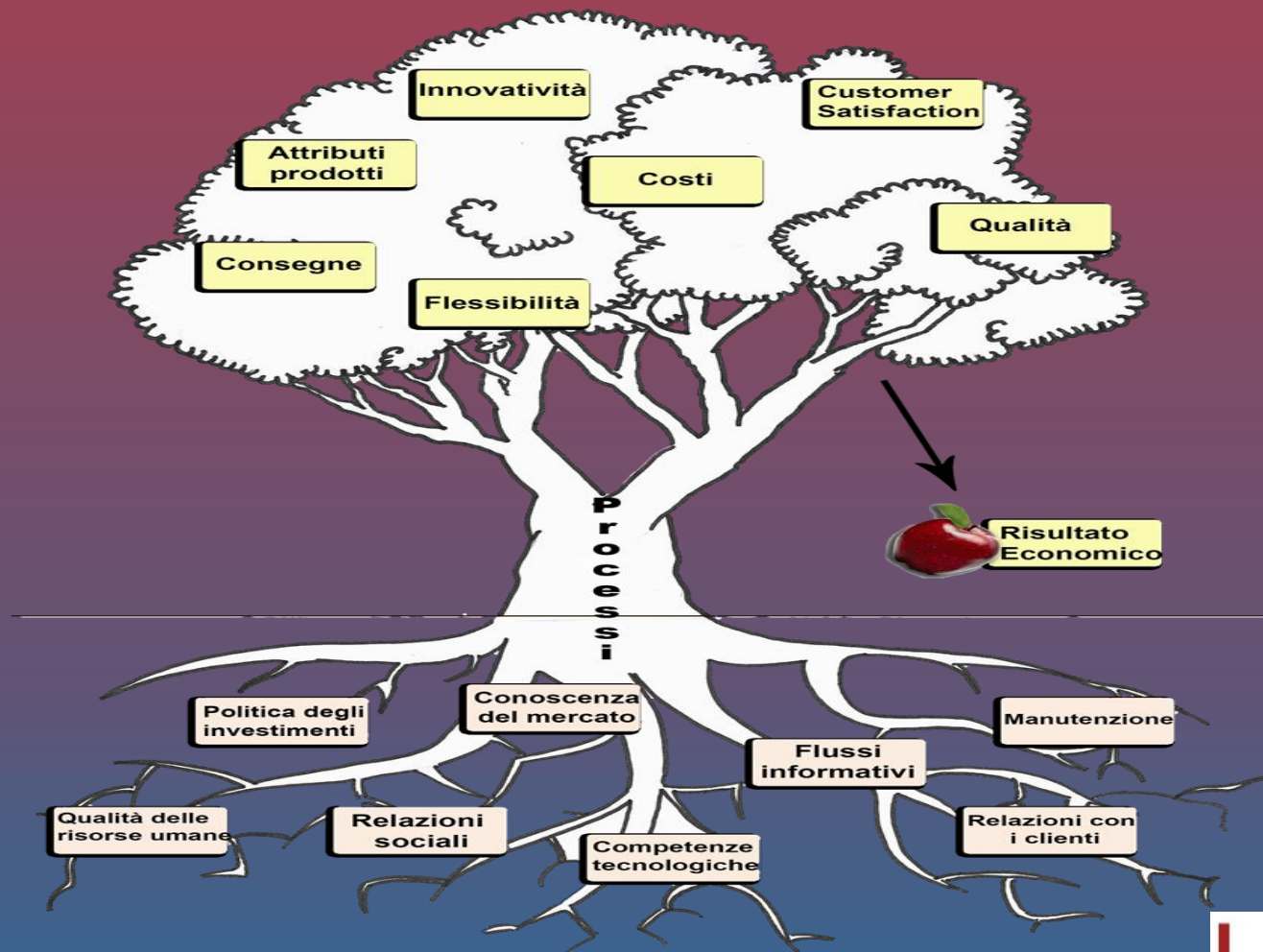


Temi

- La performance
- La comparazione
- Le relazioni causa/effetto

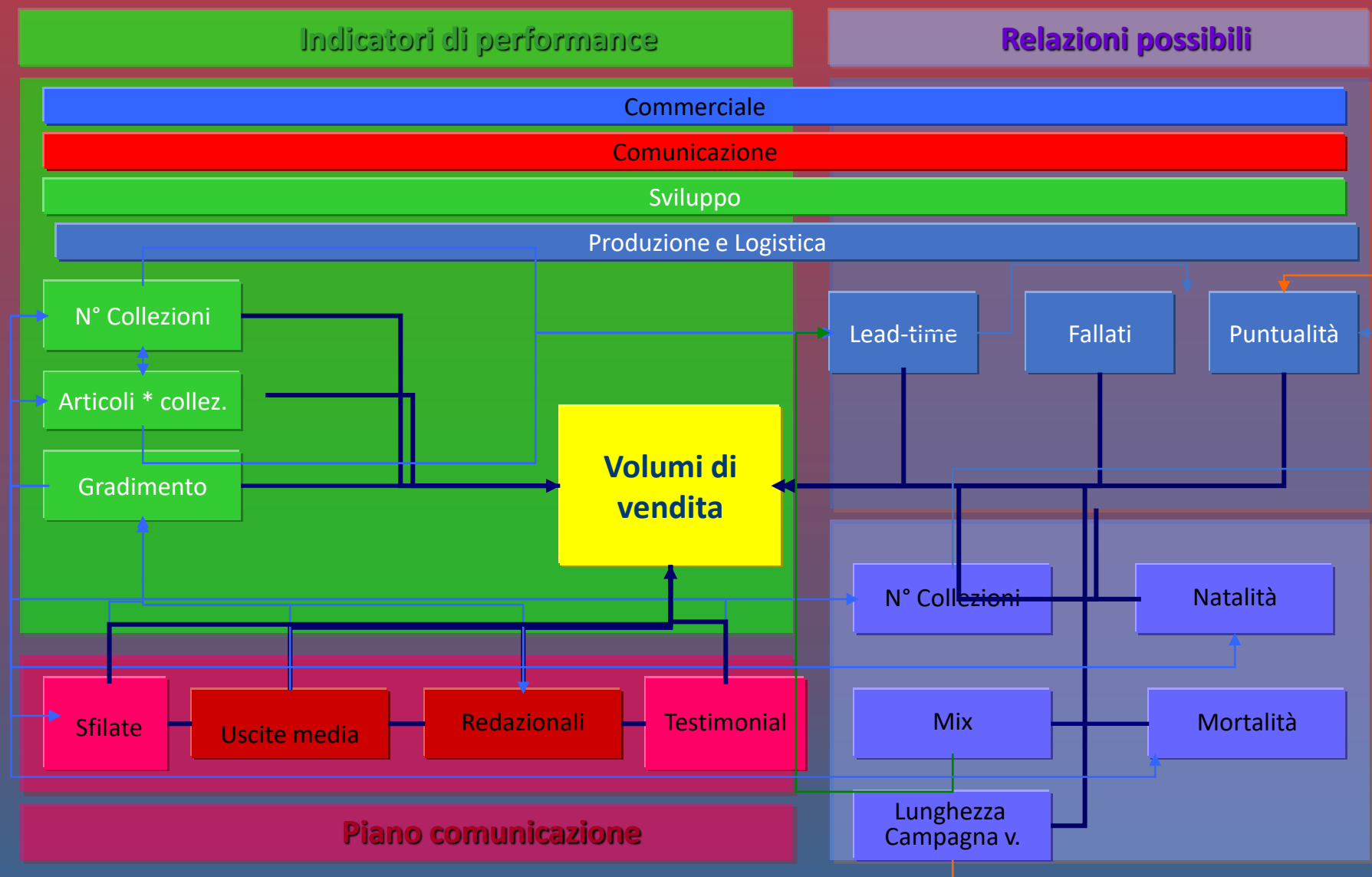


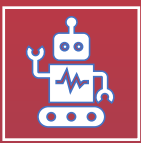
L'ALBERO DELLA PERFORMANCE E LE VARIABILI PRECOCI



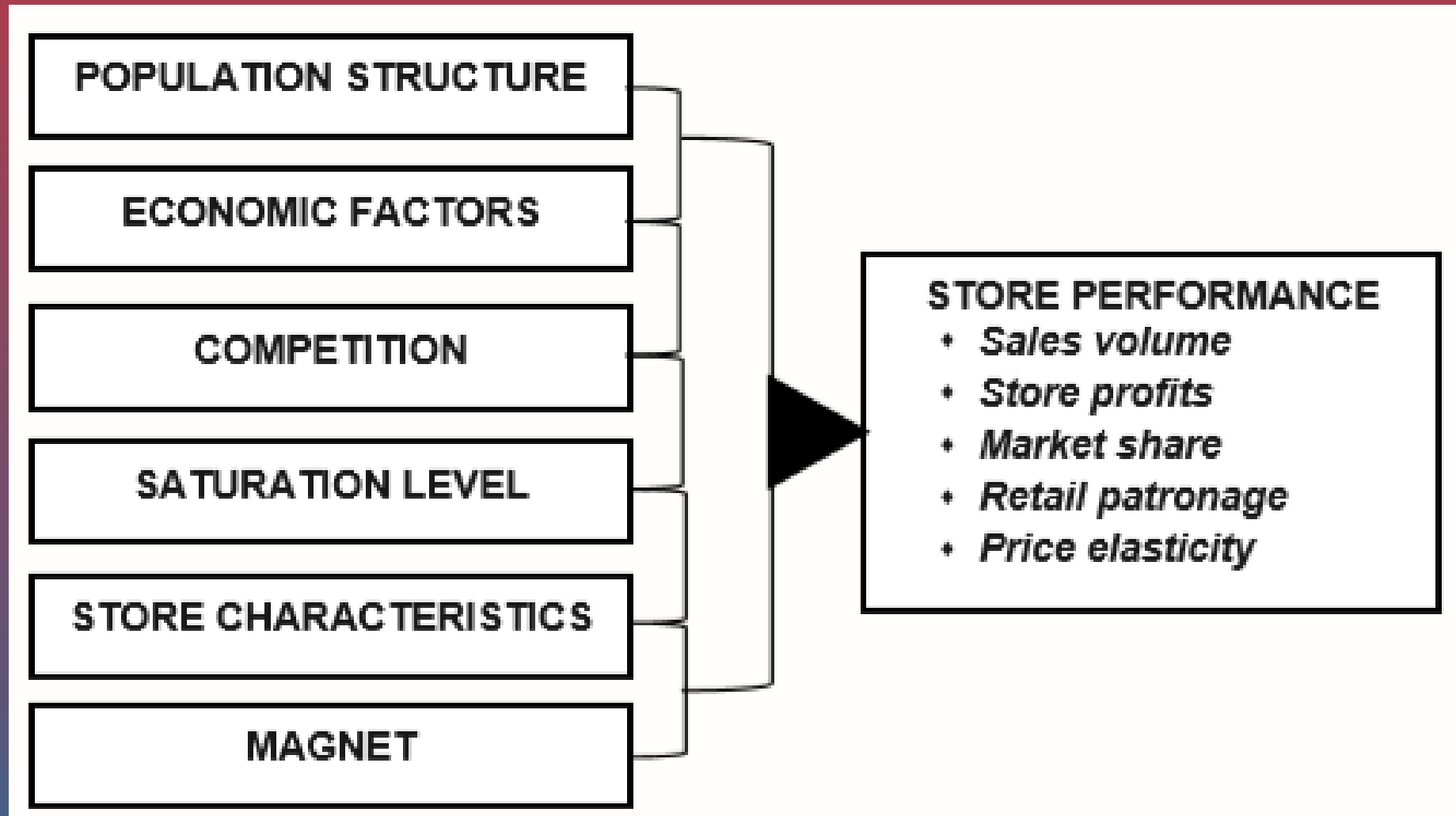


LE RELAZIONI CAUSA EFFETTO





LA PERFORMANCE DEI PDV E LE CAUSE





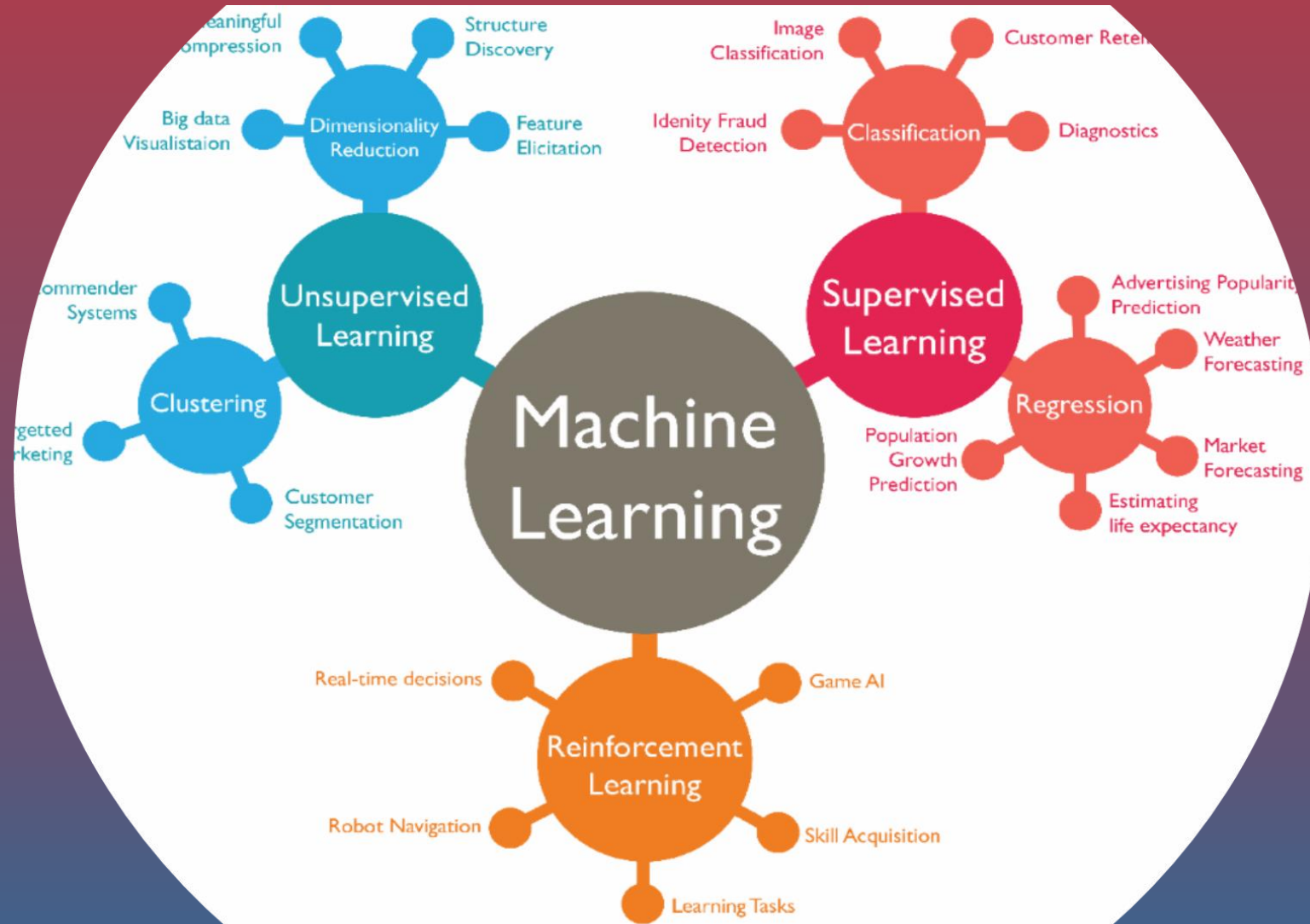
RetailOR[®]

RETAIL ORGANIZER

Comparazione della
performance dei PDV

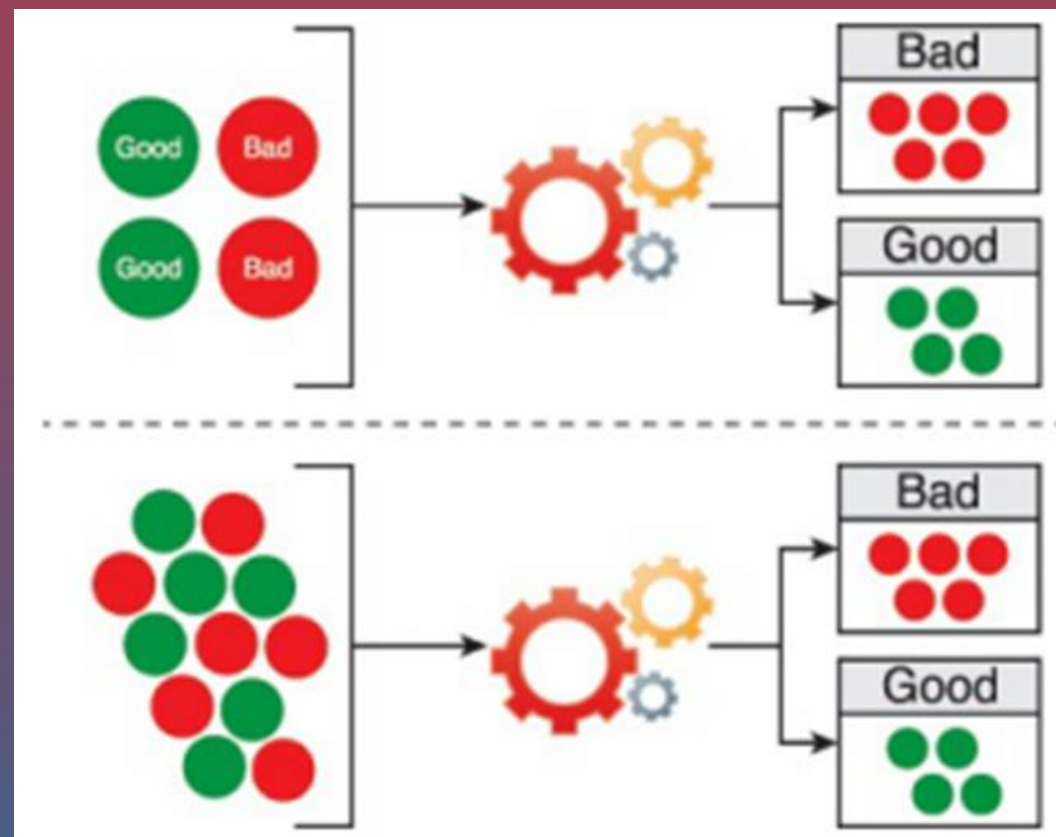


GLI ALGORITMI DI MACHINE LEARNING UTILIZZATI



Classificazione

La classificazione è una tecnica di **apprendimento supervisionato**, in cui gli output sono divisi per classi e il sistema apprende in quale classe collocare gli input non ancora visti. E' supervisionato perché il modello di apprendimento viene addestrato su un **dataset di training** che permette all'algoritmo di «**imparare**» le regole che legano i dati di input da quelli di output.



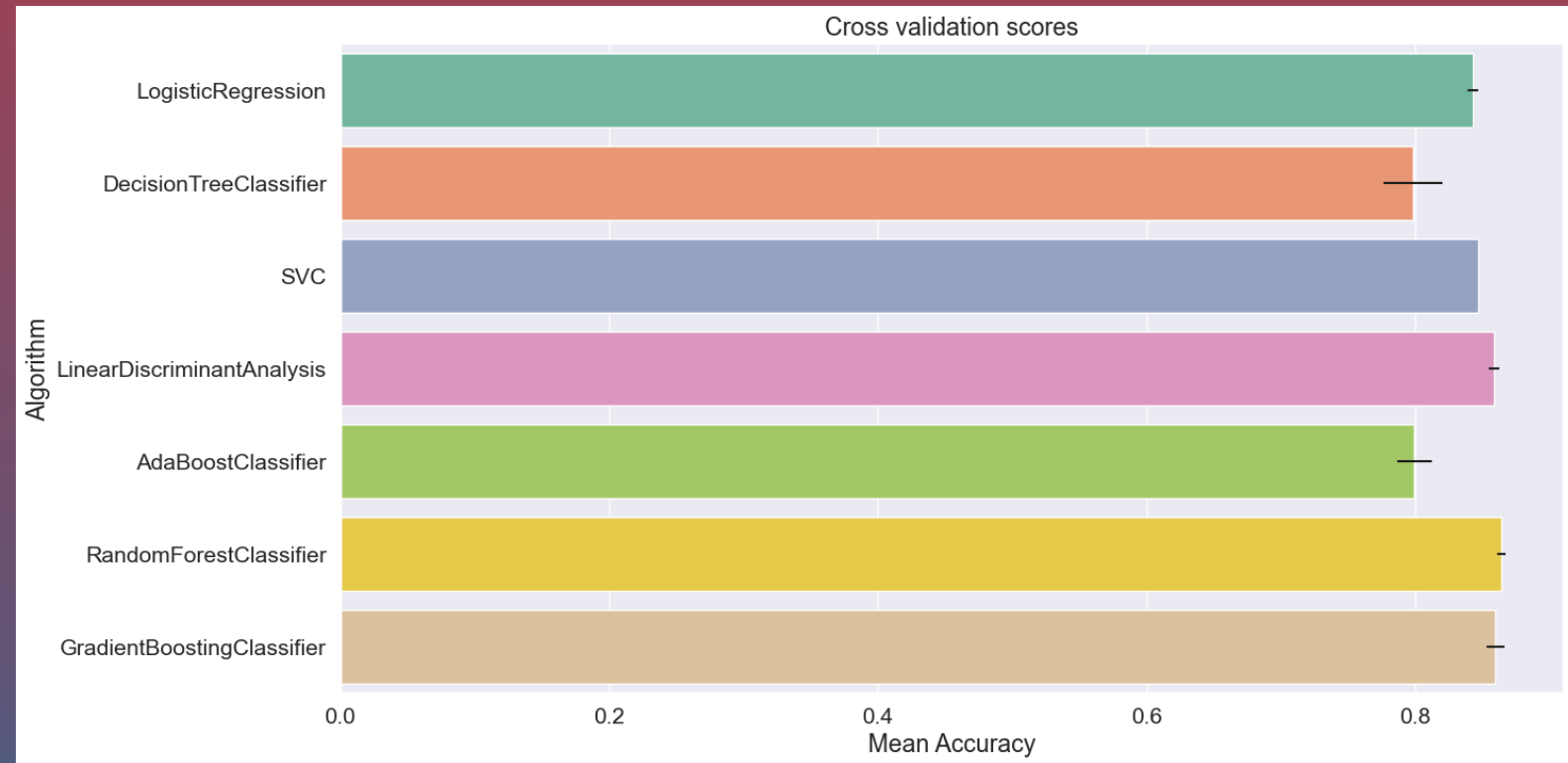
Individuazione del modello migliore

Accuracy (k-cross)

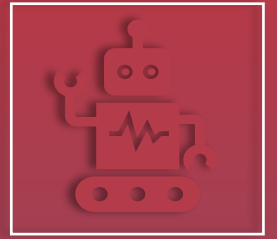
L'accuratezza è una metrica di sintesi che misura la correttezza della classificazione. Tenendo conto della media e dell'errore standard, si ottengono i seguenti migliori risultati:

1. **LDA (0.87)**
2. **Gradient Boost (0.87)**
3. **Random forest (0.85)**
4. **Ada Boost (0.81)**
5. **Decision Tree (0.80)**

I modelli mostrano una bassa variabilità (errore standard, barra nera) che rende robusta (statisticamente) la previsione.



ACCURATEZZA dei MODELLI DI ML



ALBERO DI DECISIONE



REGRESSIONE LOGISTICA



K-NEAREST NEIGHBOURS (K-NN)



SUPPORT VECTOR MACHINE (SVM)



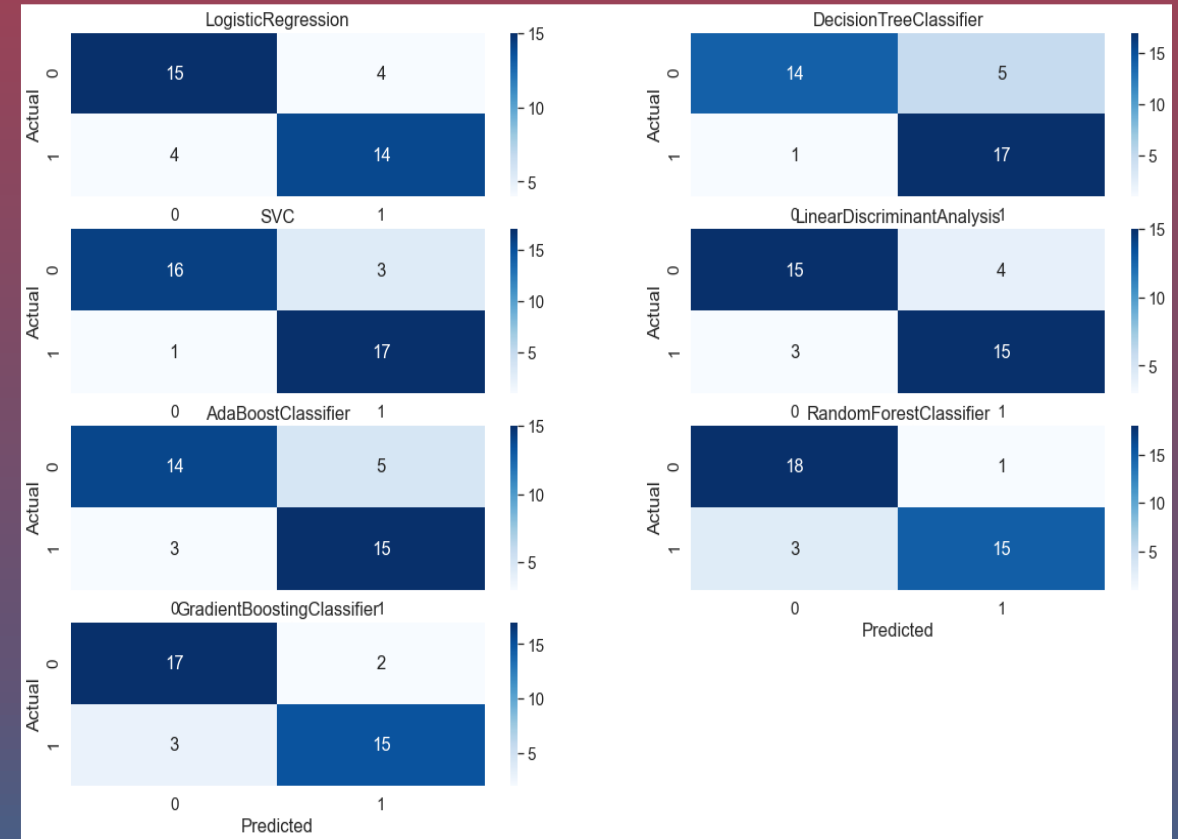
FORESTA CASUALE (RANDOM FOREST)



GRADIENT BOOSTING (ADABOOST E XGBOOST)



RETI NEURALI E DEEP LEARNING





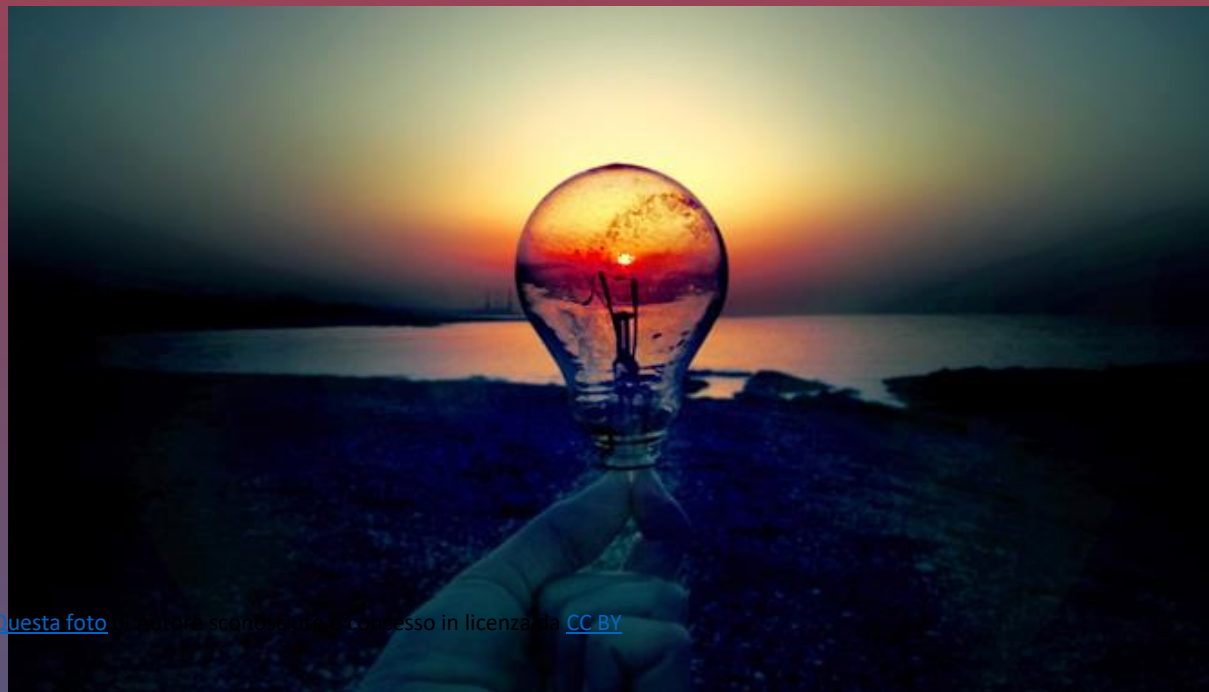
LA CLASSIFICAZIONE CON RETAILOR®

COME FUNZIONA

- Selezione delle variabili da utilizzare e semplificazione
- Applicazione dei diversi metodi di classificazione
- Test di accuratezza per scegliere l'algoritmo migliore
- Applicazione a tutti i Punti Vendita



Un problema di classificazione è un problema di apprendimento supervisionato che richiede di fare una scelta tra due o più classi da attribuire ai dati, in genere fornendo una probabilità per ogni classe.



[Questa foto](#) di autore sconosciuto è concessa in licenza da [CC BY](#)

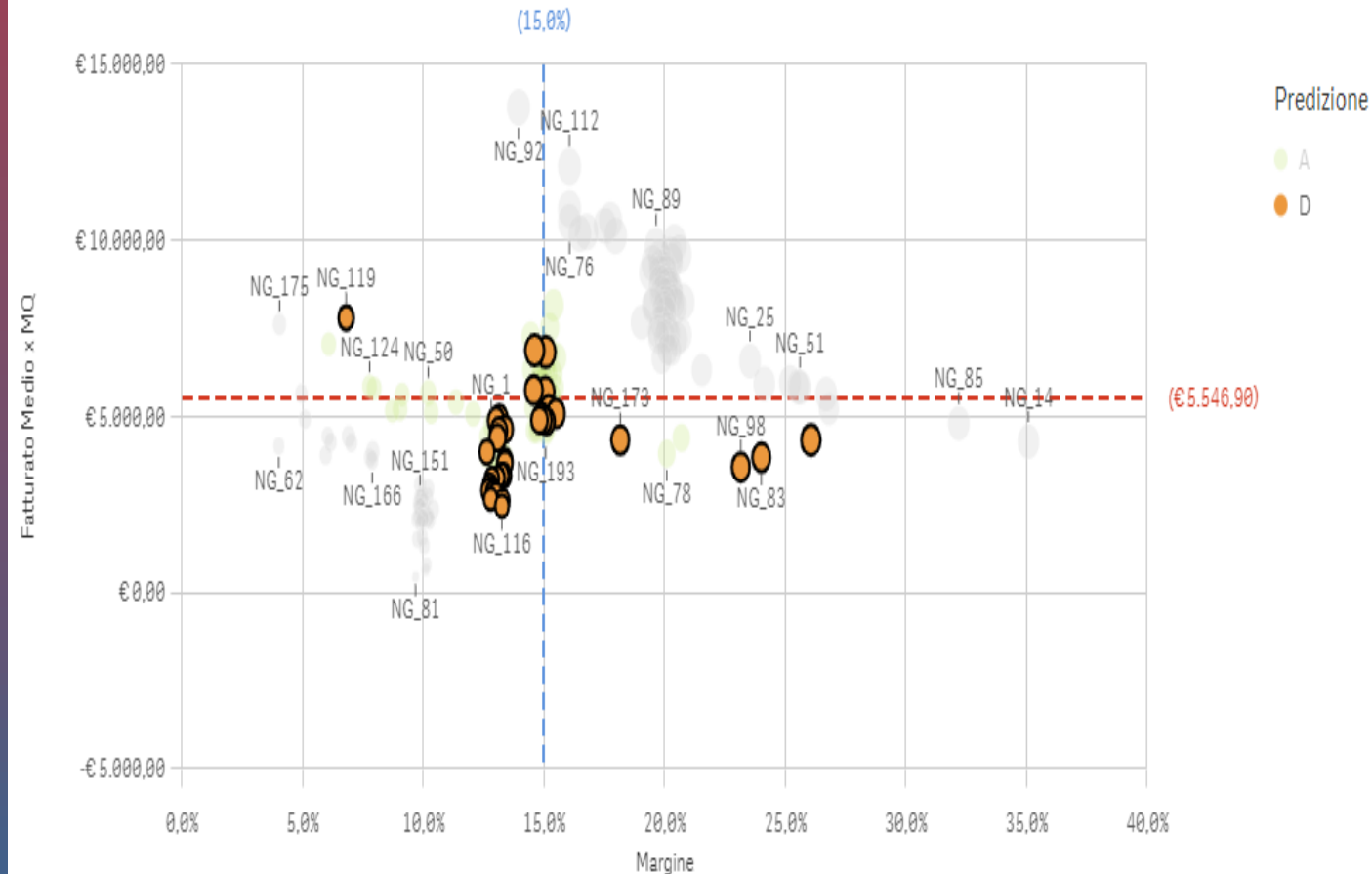
COME POSSIAMO MIGLIORARE I RISULTATI DEI NOSTRI PUNTI DI VENDITA?

ANALISI DEL POTENZIALE DI MIGLIORAMENTO

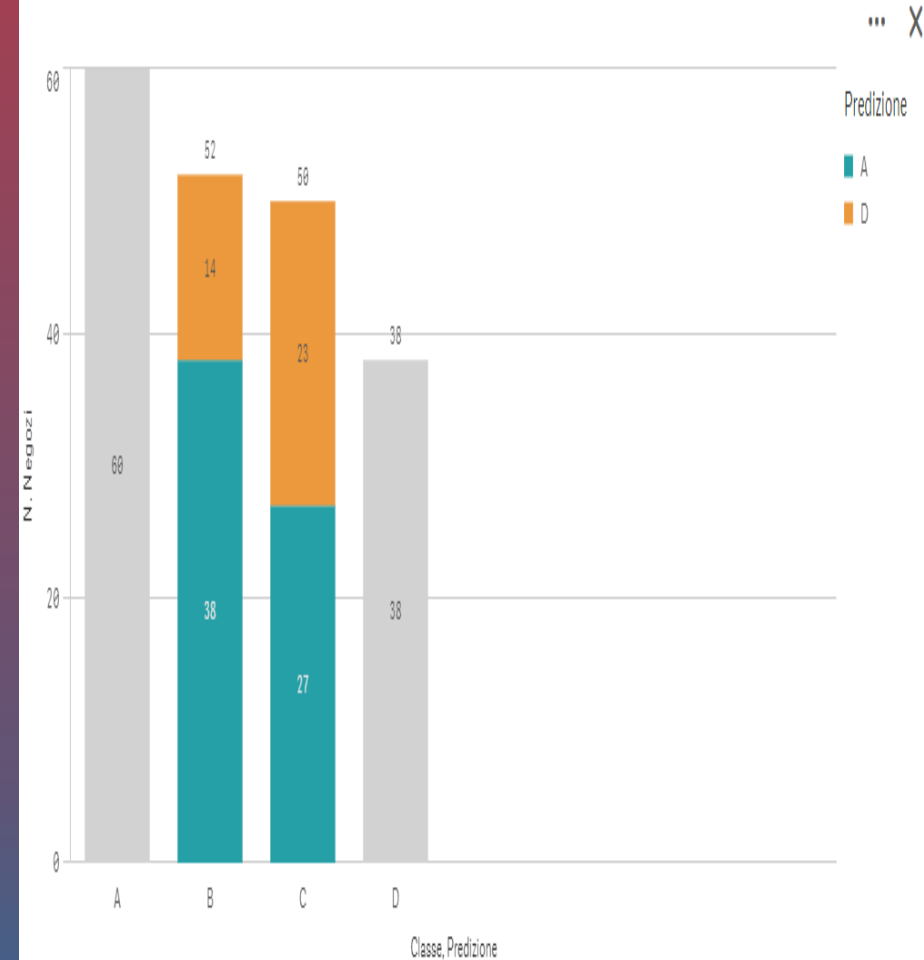
Classificazione: Predizione

Analisi della PREDIZIONE basata sul miglior classificatore individuato

La dimensione della bolla rappresenta il Proxy-ROI



Studio della Classificazione





**CHE CARATTERISTICHE
DEVE AVERE UN PUNTO
VENDITA IN GRADO DI
REALIZZARE
PERFORMANCE
ECCELLENTI?**

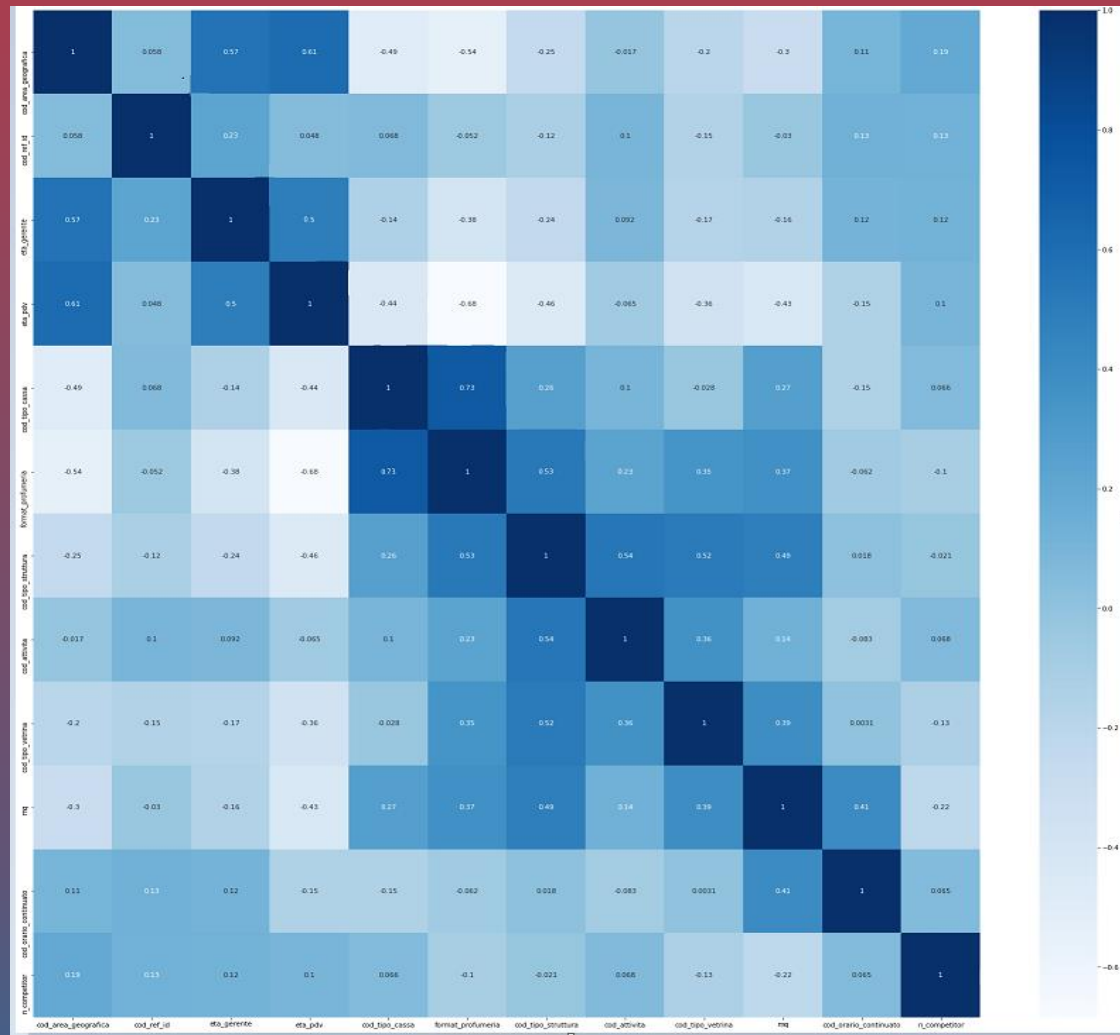
Dove conviene aprire il nuovo punto vendita?

RetailOR® supporta le scelte
di localizzazione dei nuovi punti vendita
favorendo accurate analisi di mercato
sulla base di dati rilevabili dal web
e da altre fonti interne ed esterne
all'azienda.





L'AIUTO DEL ML: LA MATRICE DELLE CORRELAZIONI



La matrice di correlazione è una tabella quadrata (cioè con lo stesso numero di righe e colonne) che riporta nelle intestazioni di riga e di colonna l'elenco delle variabili su cui si vuole valutare la correlazione. Nelle singole celle all'interno della tabella sono invece indicati i singoli indici di correlazione bivariata.

I coefficienti di correlazione bivariata sono uno degli indici statistici più utilizzati per valutare la relazione tra variabili e selezionare le variabili rilevanti riducendo la complessità.

EVIDENZA DELLE VARIABILI CHE «CONTANO»

	Best Estimator
eta_pdv	33,97%
format_profumeria	17,87%
mq	12,89%
area_geografica	10,27%
tipo_cassa	4,41%
orario_continuato	4,19%
ref_id	3,72%
eta_gerente	3,67%
tipo_vetrina	3,18%
tipo_struttura	2,72%
classe_appartenenza	1,56%
n_farmacie	1,37%
attivita	0,14%
n_competitor	0,03%

INTERESSANTI EVIDENZE EMPIRICHE

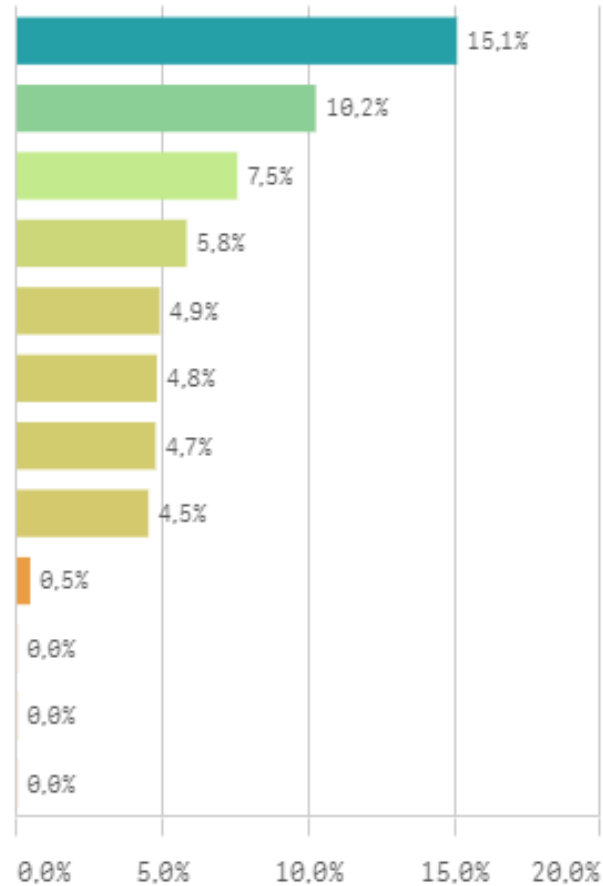
- **Apertura domenicale:** non sempre è conveniente (dipende anche dal KPI utilizzato)
- **Carrelli e parcheggio:** a volte un binomio vincente
- **Competenze del gestore:** una variabile quasi sempre critica
- **I magneti:** a volte siamo noi ad attrarre, altre volte non giustificano i risultati.
- Le conseguenze della **competizione:** dipende ... a volte potrebbe far bene.
- A volte non si spiega il perché di certi risultati ... spesso perché mancano delle variabili influenti (in particolare elementi intangibili legati al capitale umano, organizzativo o relazionale)

STUDIO DEI PDV CON LE VARIABILI CHE CONTANO

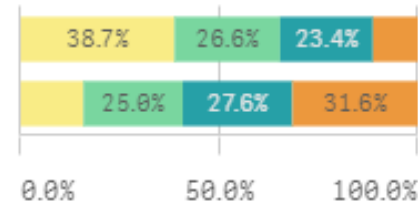
SELDA
INFORMATICA

Importanza delle Features

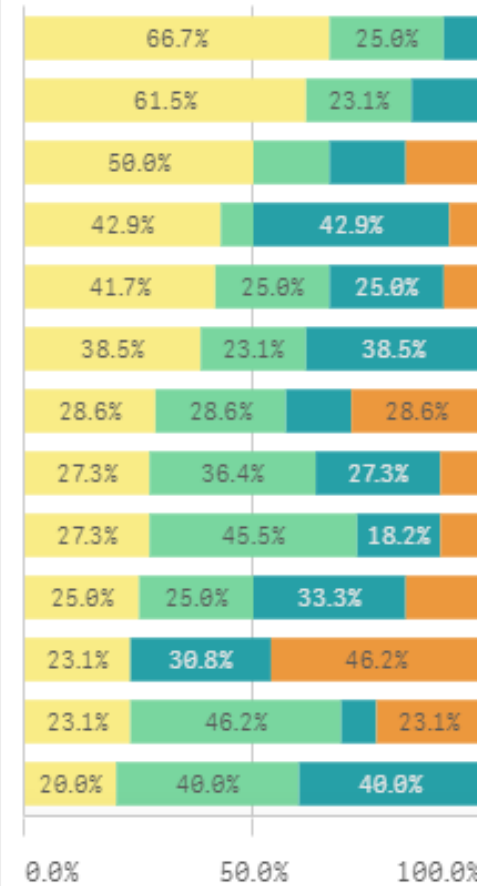
Importanza delle FEATURES



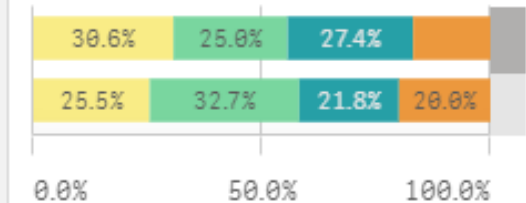
% Classi per Area Geogr...



% Classi per Responsabile



% Classi per N. Centri Comme...

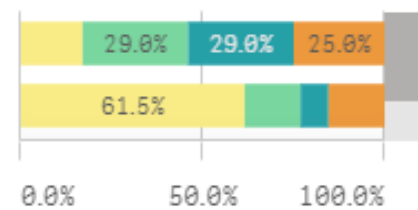


% Classi per Cassa

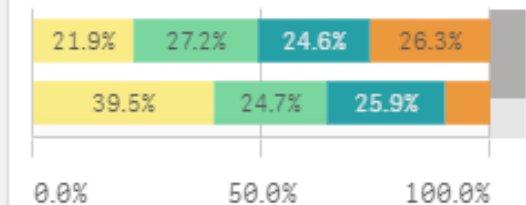
Presenza o meno della Cassa Automatica



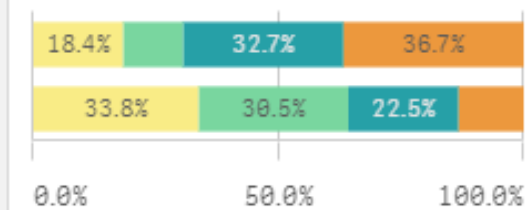
% Classi per Tipo Strutt...



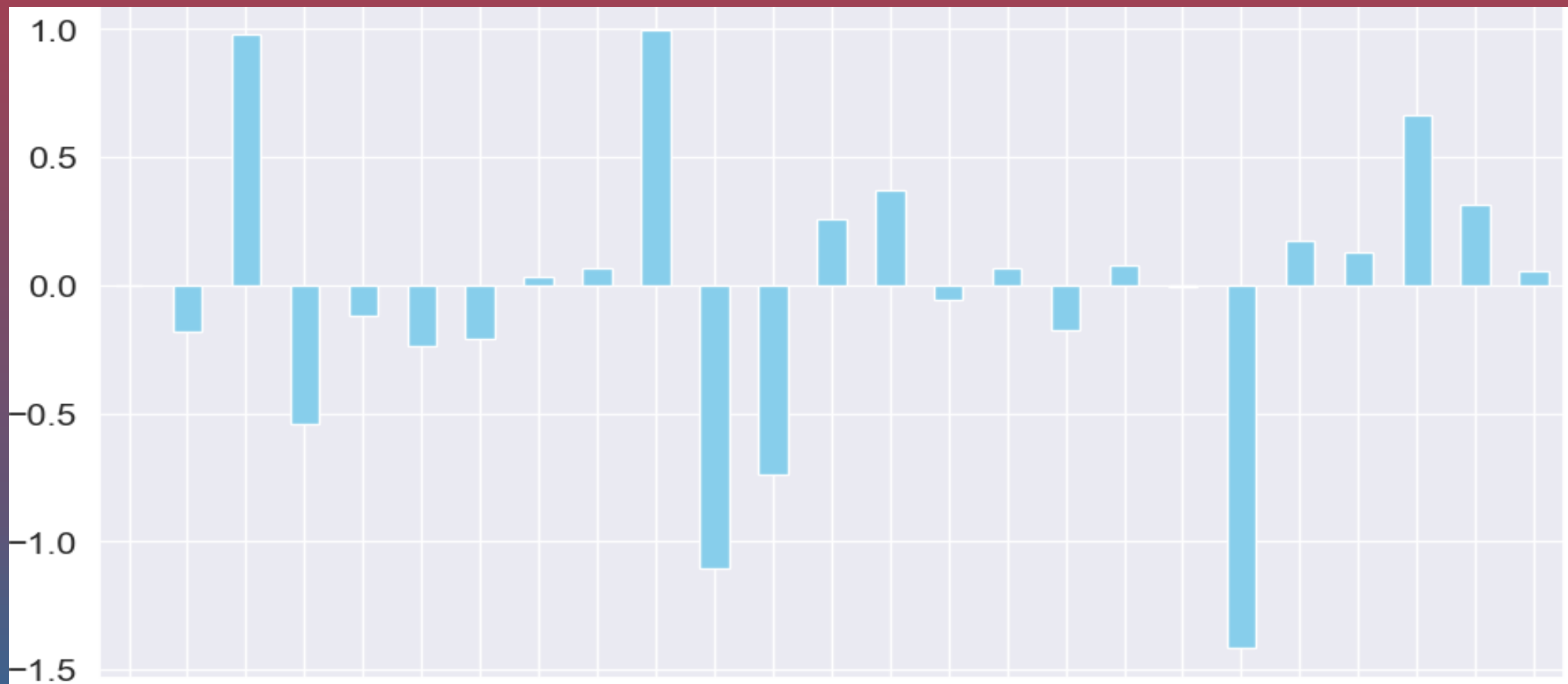
% Classi per Tipo Vetrina



% Classi per Orario Continuato

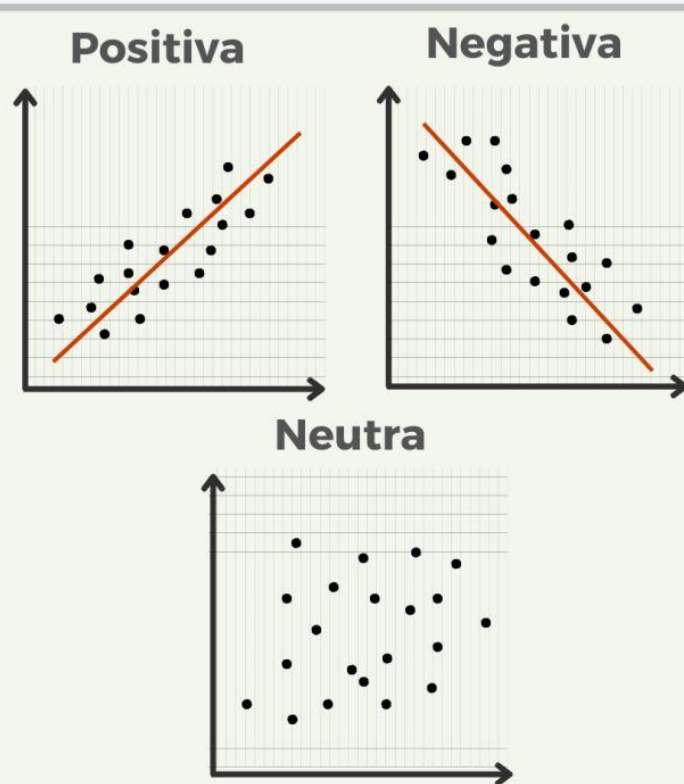


Importanza delle features e relazione con la performance

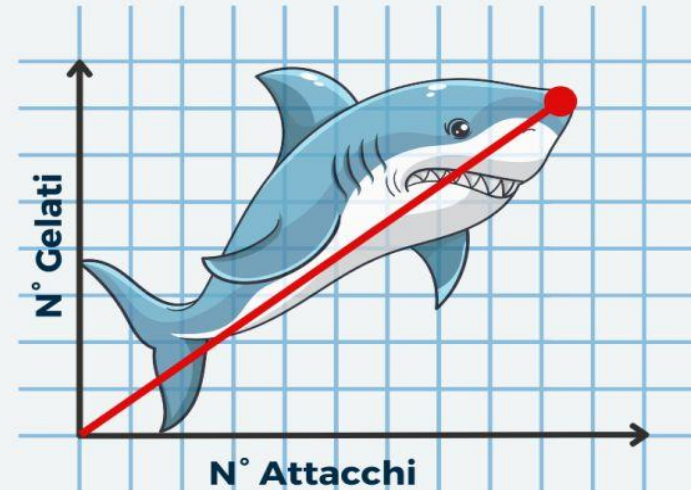


ATTENZIONE: CORRELAZIONE NON SEMPRE E' LA CAUSA

CORRELAZIONE



Lo sapevi che il consumo di gelato e gli attacchi di squali sono correlati! Ma significa che uno causa l'altro?



CORRELATION $\neq$ CAUSATION

IL PROGETTO RETAILOR



QUALIFICAZIONE DEI PDV



CLUSTERING DEI PDV



COMPARAZIONE DELLA PERFORMANCE



CLASSIFICAZIONE DELLE VARIABILI RILEVANTI



I SOGGETTI COINVOLTI nello SVILUPPO DI



SELDA è una società affermata a livello nazionale nell'area degli Analytics e della Business Intelligence. Da oltre quindici anni realizza progetti volti a semplificare l'analisi dei dati presso importanti realtà nazionali ed internazionali in ambito Retail e Produttori di Beni di Consumo.



Spin-off Università Politecnica delle Marche che si occupa di Consulenza di Direzione

In Partnership con



I PUNTI DI FORZA DI RETAILOR®



APPROCCIO INTERDISCIPLINARE



VALIDAZIONE SCIENTIFICA



CREA VALORE DAI DATI



SUPPORTA DECISIONI DATA-DRIVEN



PREDIZIONE



FLESSIBILITÀ

Cercare l'oro

Le aziende di oggi stanno soffrendo per l'enorme quantità di informazioni da gestire.

Mentre cercano di restare a galla, il volume di dati continua a crescere.

Trovare l'informazione giusta è come cercare l'ORO.

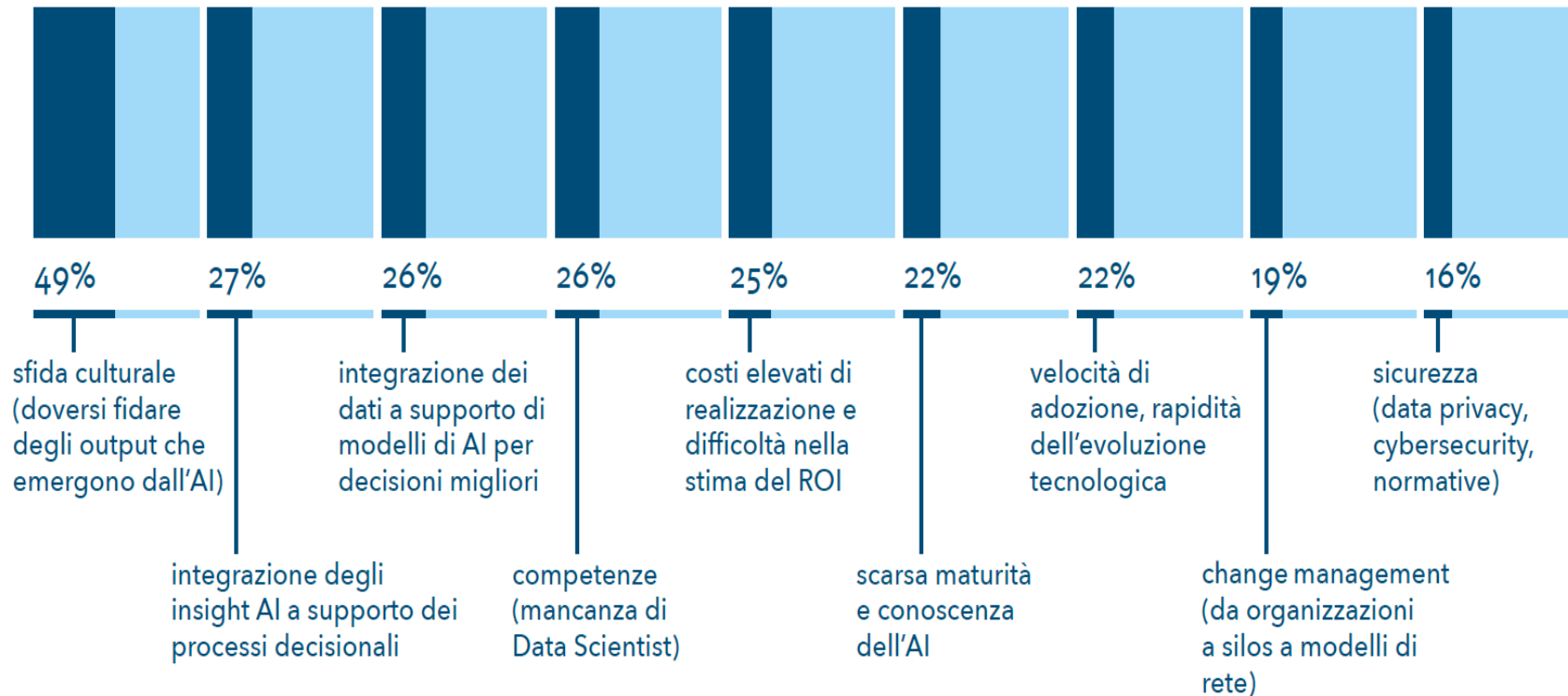


Lo stato dell'arte oggi del ML

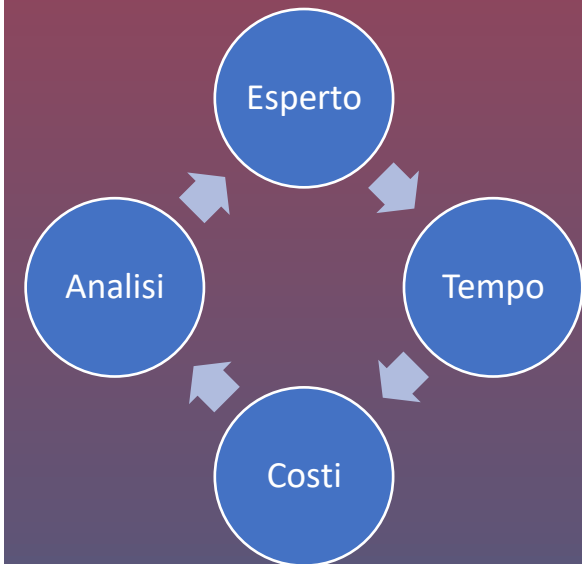


I limiti del Machine Learning

QUALI SFIDE O DIFFICOLTÀ STATE INCONTRANDO (O VI ASPETTATE)
IN AZIENDA CON L'ADOZIONE DELL'AI?



Fonte: studio "The enterprise AI promise: path to value"
realizzato nell'agosto 2017
su dirigenti di 100 aziende europee



Le sfide del Retail



Le sfide del Retail

Smart Retail: l'evoluzione del Digitale nel commercio (2025)

Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail

Programma | 7 Webinar | 24/01/2025 - 27/11/2025

Cosa imparerai

Il programma tematico Smart Retail vuole approfondire l'impatto dell'Innovazione Digitale nel mondo del commercio. Il programma, da un lato, mostra una fotografia della maturità digitale dei retailer italiani, con focus sui principali comparti merceologici (grocery, lifestyle). Dall'altro, si concentra sul ruolo che le tecnologie di frontiera (Artificial Intelligence, Extended Reality, ...) e i nuovi modelli di business (Retail Media, ...) possono rivestire nella valorizzazione della customer ed employee experience.

DANILO SCARPONI

danilo.scarponi@live.it



Consulente di direzione e formatore appassionato da oltre 30 anni.
Pioniere nello stimolare lo sviluppo del Controllo di Gestione Strategico nelle PMI italiane.

Personal trainer e formatore di molti Controller delle nostre PMI.

Formatore dei giovani studenti universitari, in qualità di docente presso la Facoltà di Economia "G.Fuà", e dei partecipanti ai qualificati Master in Finanza e Controllo dell'Università di Pisa e della LUISS BUSINESS SCHOOL.
Relatore e moderatore in importanti convegni e seminari di studio, locali e nazionali.

Co-Fondatore nel 1999 della Controller Associati, club che costituisce ancora oggi un'esperienza singolare a livello nazionale di rappresentatività e valorizzazione della "famiglia professionale" dei Responsabili del Controllo di Gestione, ed è composta da Controller Manager ed esperti del mondo scientifico e consulenziale in tema di controlling.

Co-Fondatore nel 2023 di POP BI, network che intende valorizzare il ruolo della BI nel supportare le decisioni rapide delle PMI.



9 Luglio 2025



**Centro Congressi
Interporto di Nola**

AI E MACHINE LEARNING PER FAR COMPETERE LA TUA AZIENDA

**PER TUTTE LE AZIENDE, SIA B2B CHE B2C
SOLUZIONI DI BUSINESS INTELLIGENCE**



Dario Partenope

Senior Qlik Specialist SELDA

SELDA
INFORMATICA

Qlik

RetailOR®
SELDA INFORMATICA

NOLABUSINESSPARK



INTERPORTO CAMPANO
CONNECT YOUR BUSINESS



9 Luglio 2025



**Centro Congressi
Interporto di Nola**

AI E MACHINE LEARNING PER FAR COMPETERE LA TUA AZIENDA

**PER TUTTE LE AZIENDE, SIA B2B CHE B2C
SOLUZIONI DI BUSINESS INTELLIGENCE**



**Riccardo Morra e
Maddalena D'Amore**

Co-CEO e Project Manager
So.Farma.Morra



NOLABUSINESSPARK



SEILDA
I N F O R M A T I C A

Qlik

Un caso concreto: l'esperienza So.Farma.Morra

*Reportistica centralizzata e avanzata
con Qlik*

Riccardo Morra – Co-CEO So.Farma.Morra

Maddalena D'Amore – Project Manager So.Farma.Morra



Chi è So.Farma.Morra

Una realtà nazionale in continua evoluzione

- ✓ Fondata nel 1980 da Ing. Alessandro Morra, oggi guidata dalla seconda generazione familiare
- ✓ **17 centri di distribuzione** strategicamente dislocati in Italia
- ✓ Circa **900 collaboratori** tra personale interno, agenti e corrieri
- ✓ Serviamo oltre **7.500 farmacie e parafarmacie**, da 1 a 4 consegne giornaliere
- ✓ **90.000+ referenze** gestite, dai farmaci, parafarmaci e omeopatici
- ✓ **Fatturato di 1.3 miliardi di euro**, pari al 8.6% del mercato nazionale della distribuzione
- ✓ Operiamo anche all'estero: export in **34 Paesi** in Europa, USA, Asia e Africa



Le nostre esigenze prima del progetto

Perché avevamo bisogno di cambiare

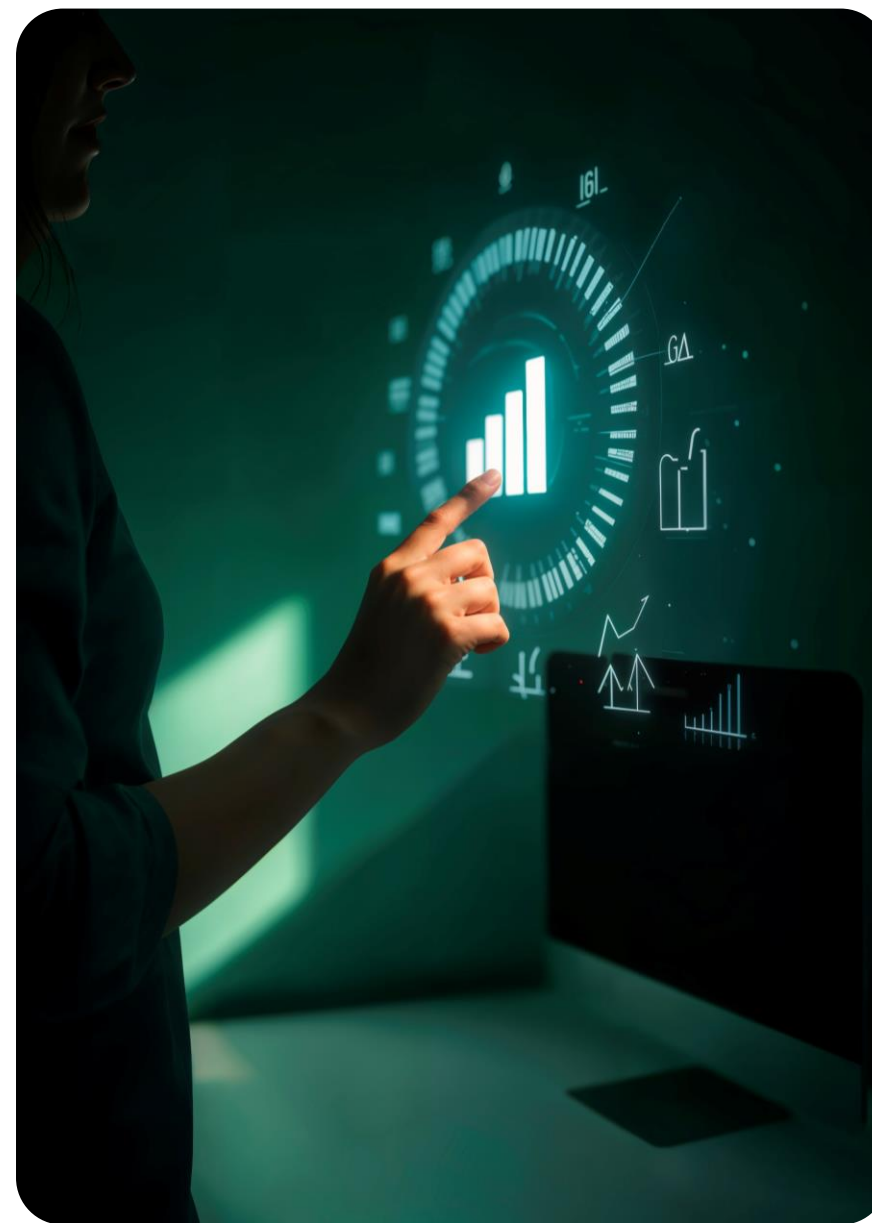
- ✓ Report frammentati e poco aggiornati
- ✓ Difficoltà nel monitorare vendite e scorte in modo tempestivo
- ✓ Troppa dipendenza da file statici e processi manuali
- ✓ Sistema rigido e vincolante per la produzione di report, senza autonomia e con totale dipendenza dal Reparto IT
- ✓ Difficoltà nel controllare margini, rese e prodotti obsoleti



Obiettivi del Progetto

Cosa volevamo ottenere

- ✓ **Centralizzare le analisi** su vendite, acquisti e magazzino per un totale di oltre 15 depositi nazionali
- ✓ Velocizzare la produzione e distribuzione di **report periodici** agli stakeholder interni
- ✓ **Migliorare il monitoraggio dei volumi a valore e quantità del monte merci** dei prodotti vendibili e invendibili, di quelli a lunga scadenza e delle rese, riducendo le perdite economiche
- ✓ **Integrare KPI specifici** per tracciare metriche dettagliate come sconto medio ponderato e margini di vendita
- ✓ Sostenere **l'autonomia dei team interni** nella generazione di analisi dinamiche su misura delle esigenze giornaliere



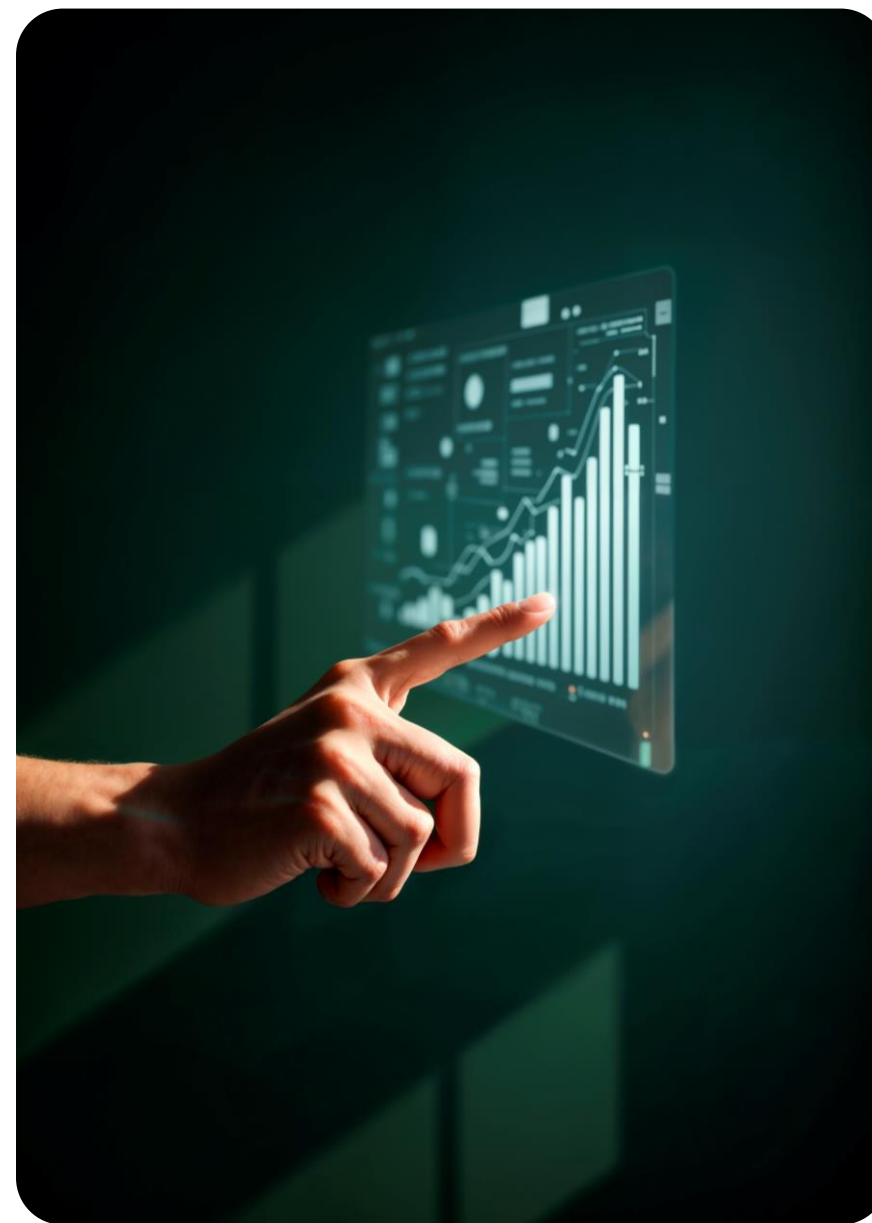
L'evoluzione tecnologica

Dal passaggio a Qlik Sense, nuove possibilità per tutta l'azienda

Per raggiungere gli obiettivi strategici che ci eravamo posti, abbiamo scelto di evolvere la nostra infrastruttura, passando da QlikView a **Qlik™ Sense**. Una piattaforma più moderna, flessibile e orientata all'autonomia degli utenti.

Questa transizione ci ha permesso di ottenere numerosi vantaggi:

- ✓ **Esperienza utente più intuitiva e responsive**, con visualizzazioni dinamiche
- ✓ **Creazione e modifica autonoma delle analisi**, senza bisogno di intervento IT
- ✓ **Gestione centralizzata di contenuti e permessi**, adattabile alle esigenze di qualsiasi reparto
- ✓ **Distribuzione automatica di report statici** (PDF/Excel) tramite Nprinting per gli utenti che non devono svolgere analisi dinamiche su Qlik Sense
- ✓ **Processi decisionali più rapidi** e diffusione più ampia della cultura del dato



La Soluzione Tecnologica

Un Sistema costruito su misura, con il partner giusto

Il passaggio a Qlik Sense ha rappresentato un'evoluzione fondamentale nella gestione e valorizzazione dei dati in azienda.

Dopo aver scelto la piattaforma, era fondamentale implementarla in modo strategico, valorizzando al massimo le sue potenzialità.

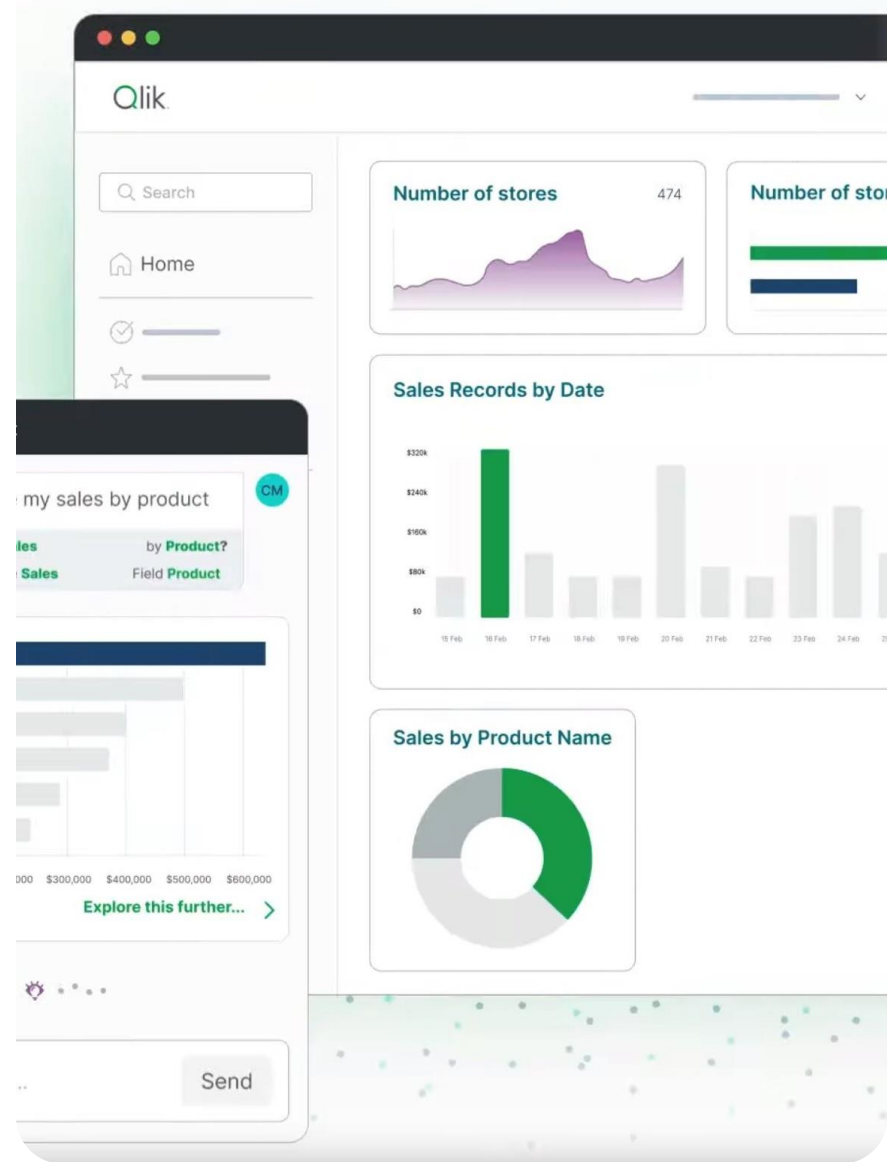
Per questo ci siamo affidati a SELDA, partner con una lunga esperienza nella Business Intelligence e nella tecnologia Qlik.

Insieme abbiamo progettato un sistema su misura per le nostre esigenze operative, in grado di gestire con efficienza l'elevato volume di dati che la nostra attività genera ogni giorno.

L'implementazione è stata strutturata attorno a tre aree fondamentali: vendite, acquisti e magazzino.

Oggi possiamo contare su un'infrastruttura dati che ci consente di monitorare ogni transazione, ogni prodotto e ogni giacenza in modo dettagliato, attraverso report interattivi e dashboard personalizzabili.

È una piattaforma pensata per accompagnare la nostra evoluzione aziendale, che ci supporta quotidianamente nel prendere decisioni più consapevoli e tempestive.



Vendite e KPI

KPI su misura per capire dove stiamo andando

Uno degli aspetti più rilevanti del progetto è stata la possibilità di costruire **analisi dettagliate per ogni deposito**, adattandole alle reali esigenze del nostro team commerciale.

Insieme a SELDA, abbiamo identificato e integrato una serie di **indicatori specifici**, come lo sconto medio ponderato, che oggi ci aiuta a comprendere meglio la redditività di ciascun articolo.

Grazie a Qlik, possiamo inoltre **frammentare e analizzare il dato** per categoria cliente, singolo cliente o azienda, ottenendo una visione granulare e multidimensionale delle performance.

Queste analisi ci permettono di reagire con rapidità ai cambiamenti del mercato, confrontare performance, valutare strategie promozionali e monitorare i margini in modo molto più preciso rispetto al passato.



Magazzino e Logistica

Controllare meglio significa perdere meno

Nel nostro settore, la gestione del magazzino è una delle sfide più delicate.

Parliamo di prodotti sensibili, soggetti a scadenze, con una distribuzione nazionale che richiede attenzione costante.

Grazie a Qlik™ e al lavoro fatto da SELDA, oggi **monitoriamo le giacenze in tempo reale** e abbiamo una visibilità immediata sulle rese e sui prodotti obsoleti.

Le dashboard sono state personalizzate per mostrarci **metriche critiche** come il turnover o il livello di stock, e questo ci ha già permesso di ridurre gli sprechi e migliorare la rotazione dei prodotti nei depositi.



Automazione e Distribuzione dei Report

I Report arrivano dove servono, quando servono

Un altro elemento chiave del progetto è stata l'introduzione di **NPrinting**, lo strumento che ci permette di generare e distribuire automaticamente i report ai vari team.

Oggi ne inviamo **più di 20 ogni giorno a centinaia di utenti**, con cadenze personalizzate (giornaliere, settimanali, mensili) senza nessun intervento manuale. Ogni reparto riceve solo ciò che gli serve, nel formato più utile.

SELDA ha configurato tutto in modo da permetterci anche di gestire **comunicazioni personalizzate**, come i report per le farmacie che operano con brand specifici, come Linfa.

La puntualità e la precisione nella distribuzione dei dati sono migliorate drasticamente.



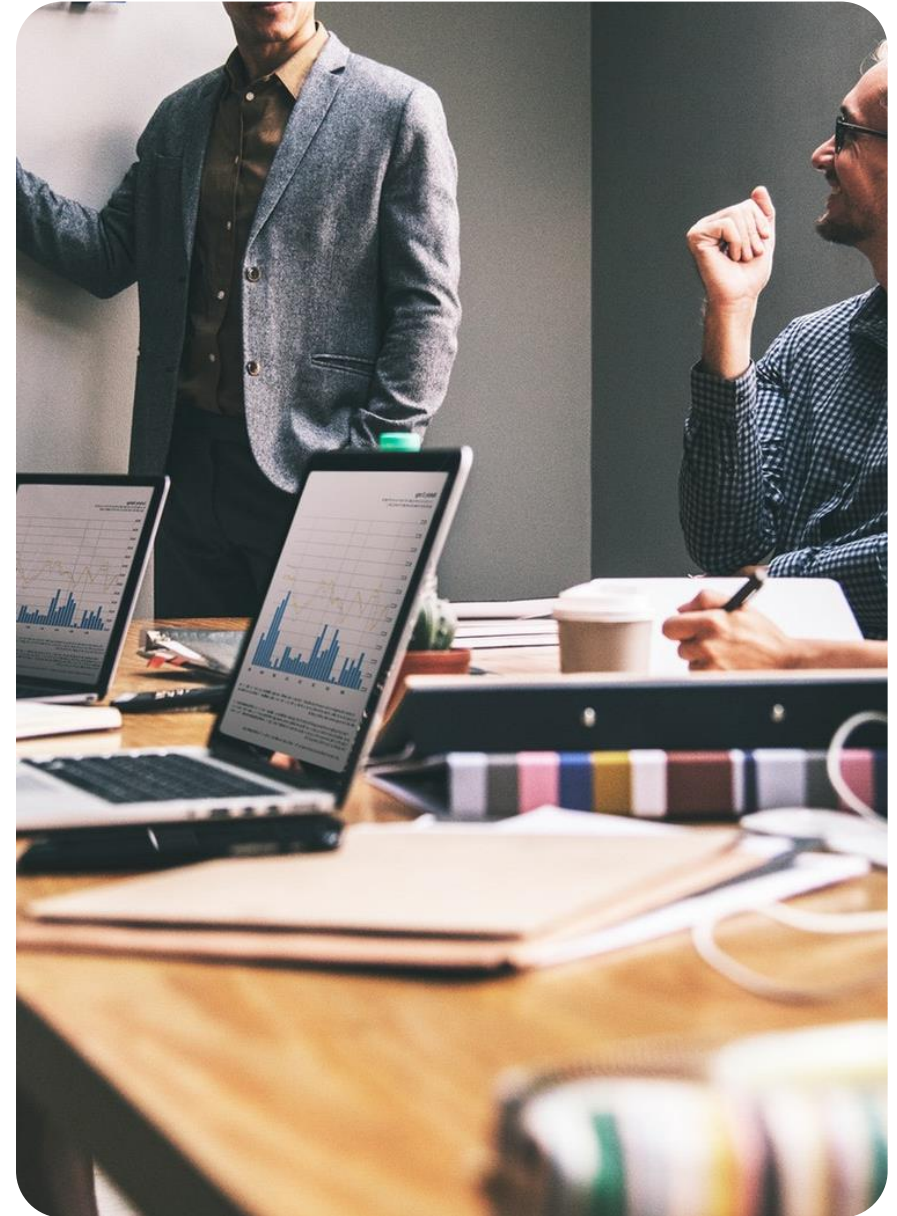
Formazione e Autonomia

Più competenze interne, meno dipendenza esterna

SELDA ha curato direttamente la **formazione del nostro personale** su Qlik™ e NPrinting, dando ai nostri team gli strumenti per essere autonomi.

Oggi possiamo creare report, modificare dashboard e rispondere velocemente alle richieste della direzione, **senza dover passare ogni volta dall'IT o da fornitori esterni.**

Questo ha **velocizzato i processi e aumentato la confidenza delle persone con i dati**, rendendo l'analisi parte integrante del nostro lavoro quotidiano.



I Benefici ottenuti

I risultati del Progetto: più controllo, più efficienza, più valore

- ✓  **Centralizzazione delle analisi**
Un'unica piattaforma per vendite, acquisti e logistica, accessibile a tutti i livelli dell'organizzazione.
- ✓  **Autonomia operativa**
I team interni creano e gestiscono analisi e report in autonomia, con minore dipendenza dall'IT.
- ✓  **Efficienza e risparmio di tempo**
Report generati e distribuiti automaticamente con NPrinting: **-70% sui tempi operativi.**
- ✓  **Pianificazione delle scorte ottimizzata**
Controllo in tempo reale su giacenze, rotazione e prodotti in scadenza.
- ✓  **Decisioni più rapide e basate sui dati**
KPI personalizzati e analisi sempre aggiornate aiutano i manager a decidere con più consapevolezza.



Conclusione

Non è solo tecnologia, ma un nuovo modo di lavorare

Questo progetto ci ha insegnato che la tecnologia, da sola, non basta.

Serve un **partner** che ti conosce, che capisce i tuoi obiettivi, e che sa tradurli in soluzioni concrete.

SELDA è stato tutto questo per noi: un partner affidabile, competente, capace di accompagnarci dalla progettazione all'autonomia.

Oggi, grazie a Qlik™, i dati non sono più un peso da gestire, ma **uno strumento quotidiano per guidare la crescita.**

E guardando al futuro, **siamo pronti a esplorare insieme a SELDA anche le potenzialità dell'Intelligenza Artificiale e del Machine Learning**, per portare l'analisi dati a un nuovo livello e rendere i nostri processi decisionali ancora più proattivi e intelligenti.



SELDA
I N F O R M A T I C A

Qlik

Grazie

Riccardo Morra – Co-CEO So.Farma.Morra

Maddalena D'Amore – Project Manager So.Farma.Morra





9 Luglio 2025



Centro Congressi
Interporto di Nola

AI E MACHINE LEARNING PER FAR COMPETERE LA TUA AZIENDA

GRAZIE PER AVER PARTECIPATO



Prof. Danilo Scarponi
UNIVPM



Dario Partenope
SELDA



Riccardo Morra
Maddalena D'Amore
So.Farma.Morra