



**Kort stand van zaken Scanmar
Gerealiseerde ontwikkelingen.
Plannen.**

Hoe was 2007 / 2008

- **+14% 2007 t.o.v. 2006**
- **+8% YTD Sept 2008 t.o.v. Sept 2007**

- **Toepassingen worden steeds breder in de organisatie gebruikt;**
 - **Meer probleemgebieden worden ontsloten;**
 - **Uitgerold naar meer gebruikers.**

Visie op de markt

- **Algemene BI markt is sterke groeimarkt (Gartner e.a).**
- **BI voor marketing is een specialistisch deelgebied met weinig gespecialiseerde aanbieders.**

- **We zien een toenemende aandacht bij organisaties voor de integratie van marketing data bronnen (new business cases)**
- **Scanmar is hier optimaal voor gepositioneerd:**
 - **Jarenlange expertise van organisatie en medewerkers op dit gebied.**
 - **Onze gespecialiseerde tools op dit deelgebied.**
 - **Onze Oracle OLAP expertise, dé database voor dit probleemgebied.**

- **Maar vooral ook vanwege de steun, inbreng en tevredenheid van onze gebruikers, die het mogelijk maken samen hele mooie oplossingen te realiseren.**

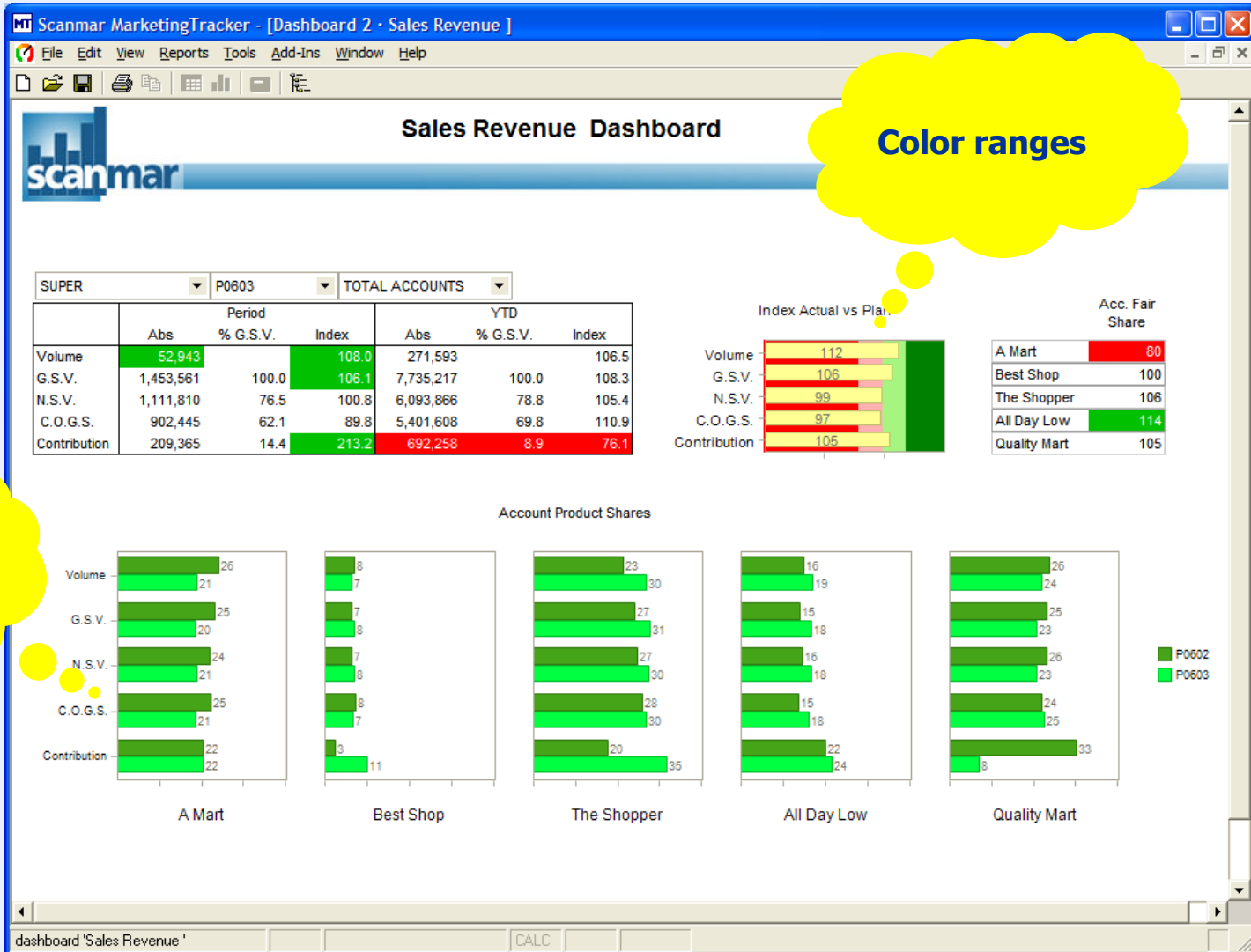
Gerealiseerde ontwikkelingen

- **Uitbreiding grafische & dashboard mogelijkheden**
- **Uitbreidingen SurveyModeler**
- **Nielsen loader**
- **PCN loader**
- **Onder de motorkap**
- **Klantenwensen**

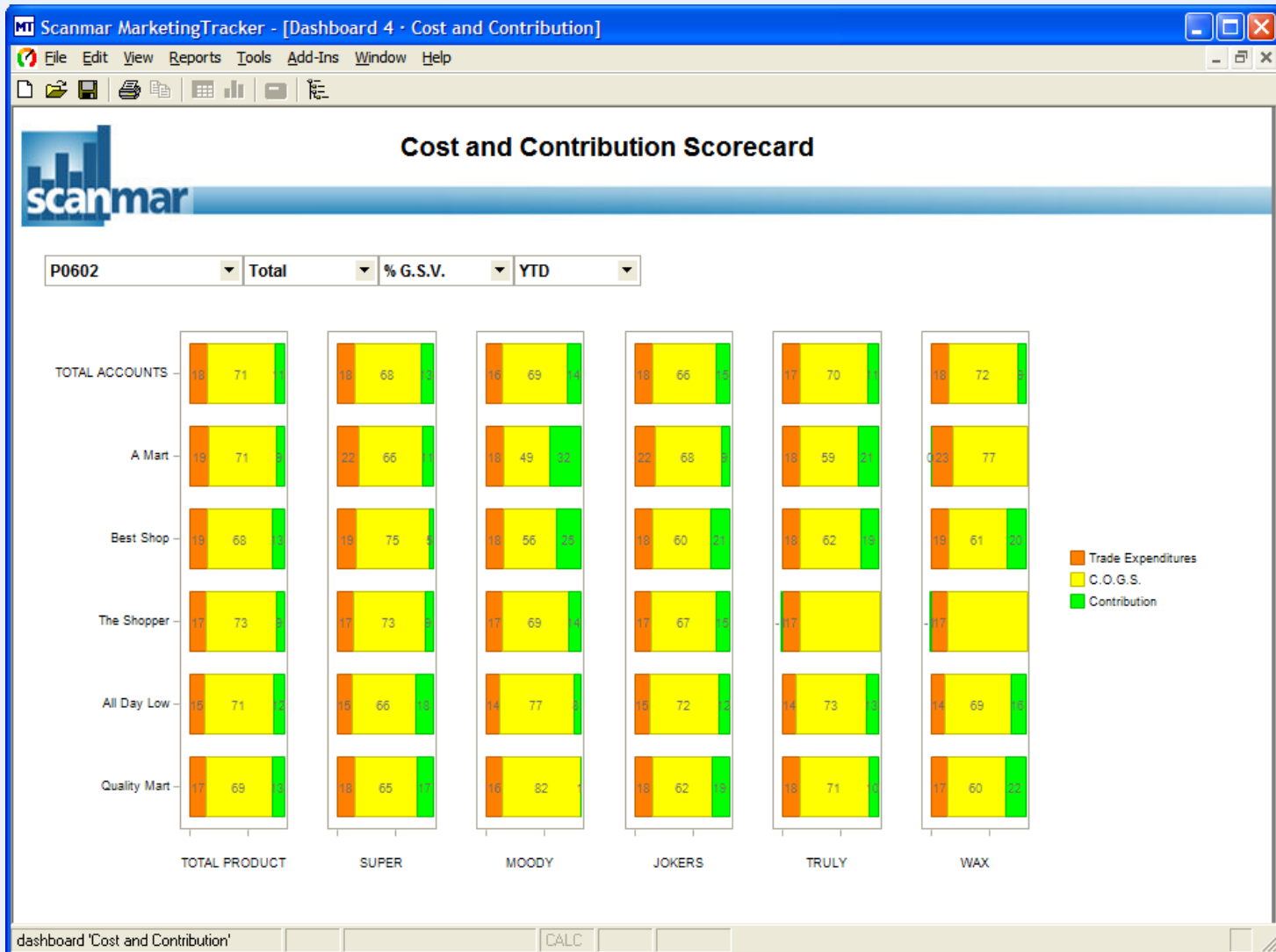
Nieuwe grafische mogelijkheden

- **Multi pane grafieken (instant dashboards)**
- **(warning) color ranges**
- **Multi-dimensionele picture box**

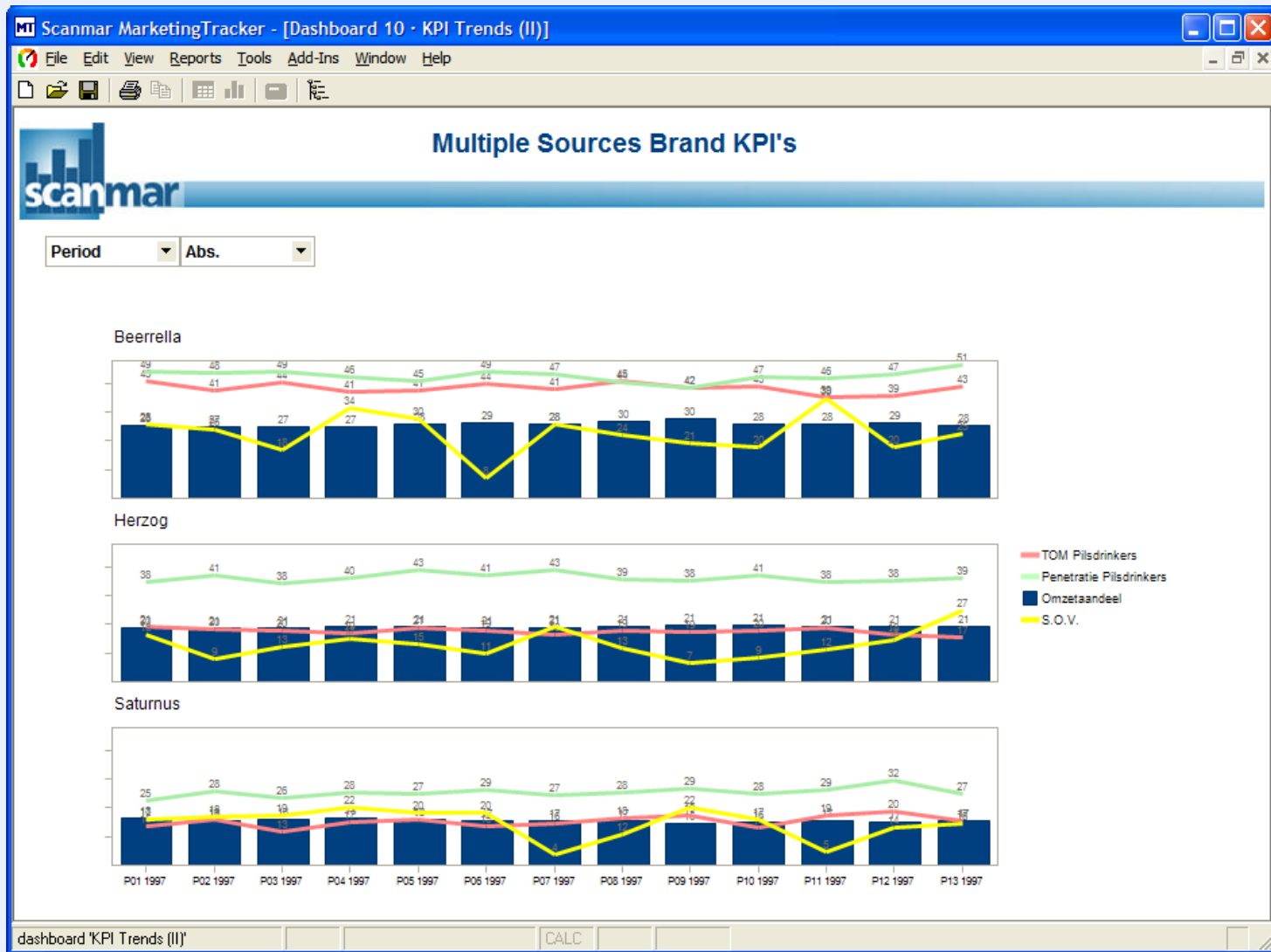
Color ranges en multi pane



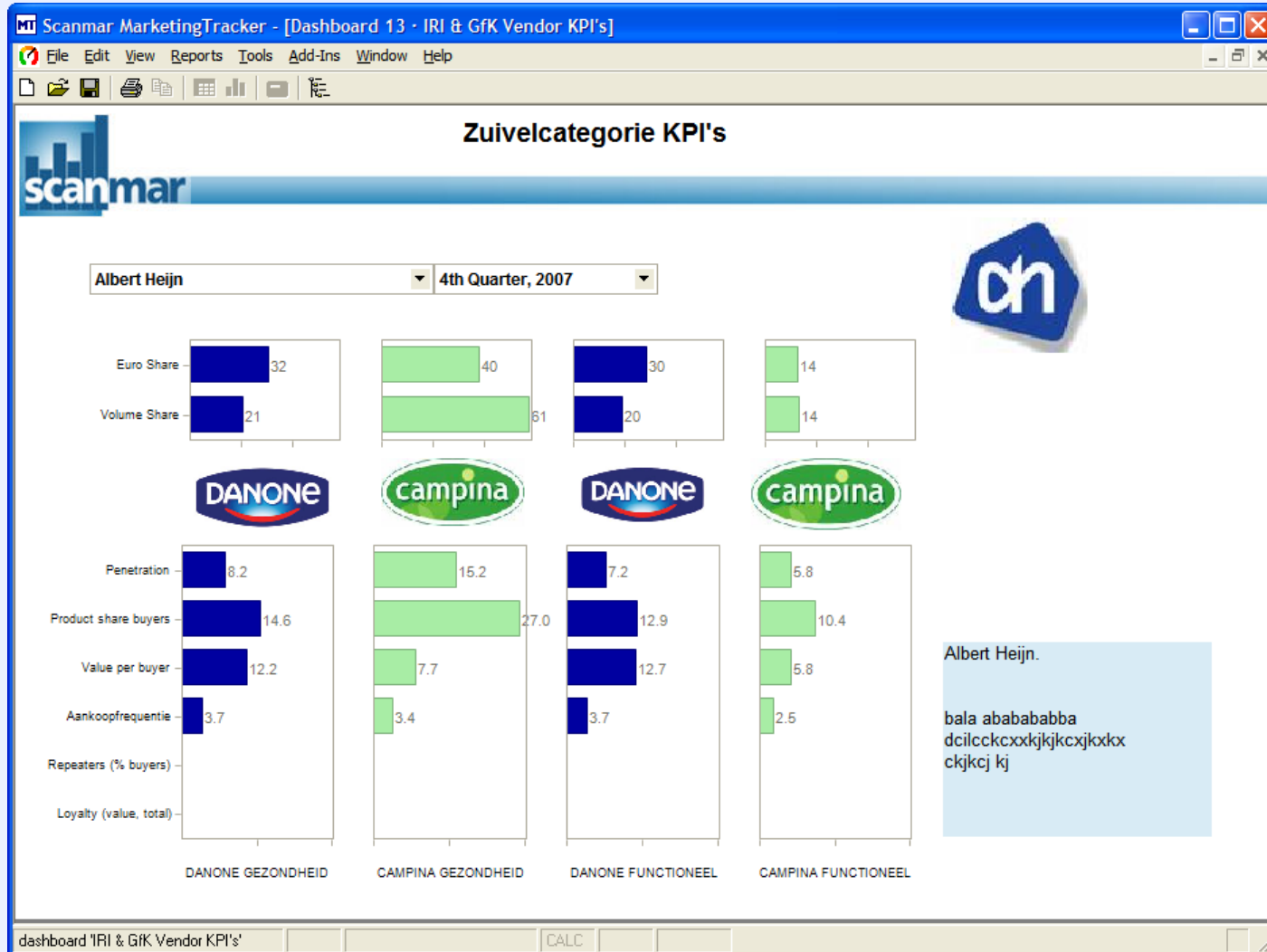
Multi Pane Graphs Instant Dashboard graphs



Multi Pane Graphs Instant Dashboard graphs



Multi dimensionele Picturebox



Uitbreidingen SurveyModeler

Scanmar applicatie voor het modeleren en verwerken van marktonderzoek (enquête) gegevens tot MarketingTracker datamart.



- **Veel verbeteringen en optimalisaties doorgevoerd t.b.v. verdergaande professionalisering van het product.**
- **Meest recente uitbreiding is de mogelijkheid om de data en metadata rechtstreeks uit SPSS bestanden te laden.**

Nielsen Data loader

Scanmar applicatie voor het (bijna) automatisch maken van een MarketingTracker datamart met Nielsen data (Inf*Act) en daarna periodiek updaten.

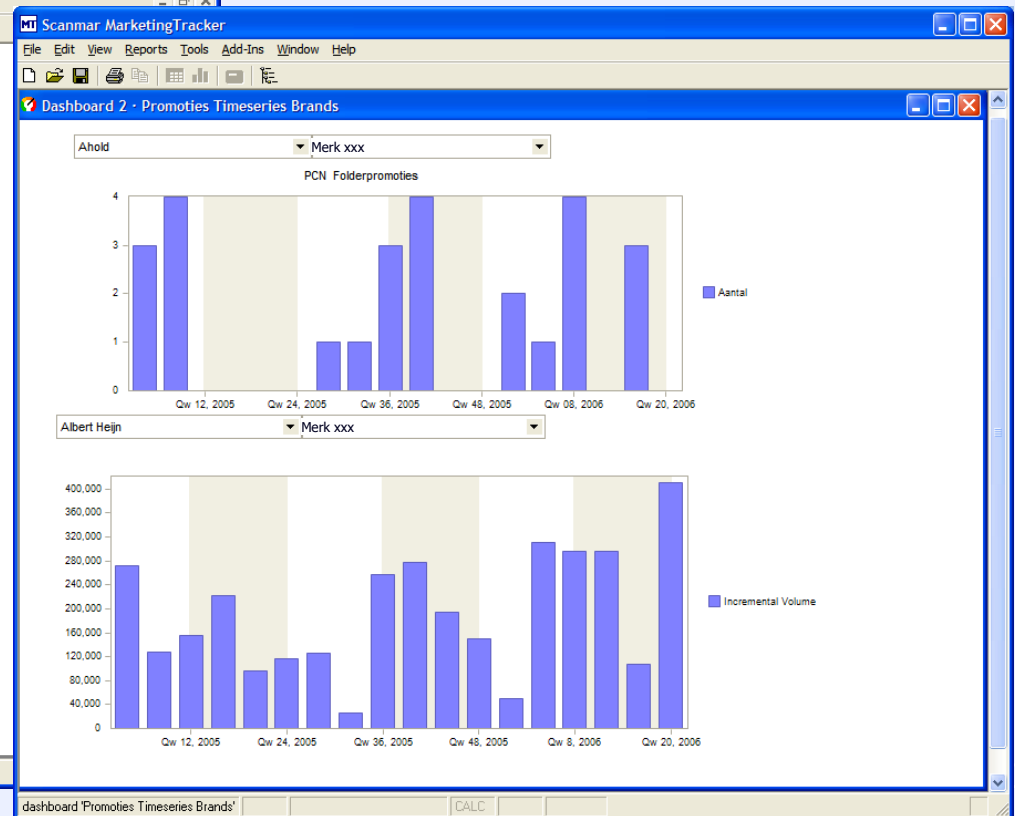
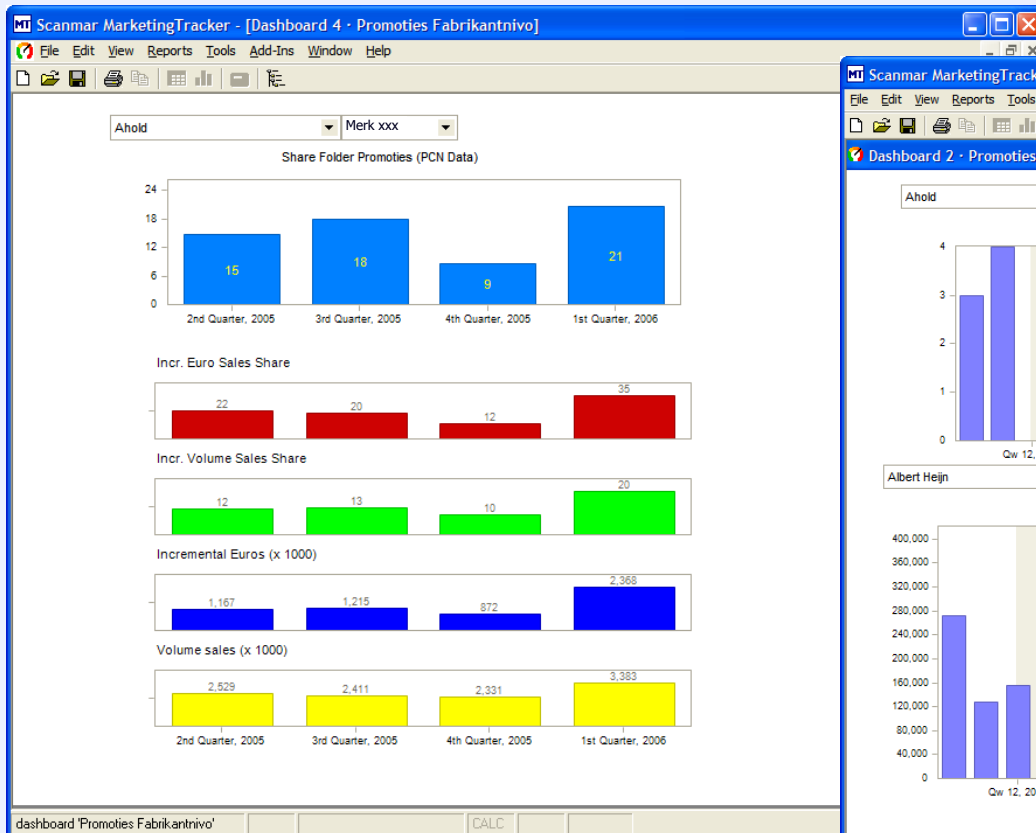
Uitgebreid met het nieuwe standaard CRE / CHA data format van Nielsen.

Voordelen:

- **Automatische opbouw en onderhoud van de hierarchieën**
- **Gebruik van meegeleverde attributen voor selecties en filtering.**

PCN Data loader (folder promotie data)

Scanmar applicatie voor het laden van PCN data in een MarketingTracker datamart.



Ontwikkelingen

- **MarketingTracker 5.0 (web)**
- **MarketingTracker Viewer web**
- **FactFinder**

MarketingTracker versie 5

- Software architectuur die optimaal aansluit bij huidige en toekomstige mainstream technologische en functionele ontwikkelingen

betekent.....

- Fundamentele vernieuwing vanaf de basis.

technologieën.....

- Webbased, Multiple datasources

Networking (company wide gebruik)

- **Web enabling**

Alle MarketingTracker functionaliteit komt beschikbaar in de browser.

- **Authorization**

(single sign on). Gerealiseerd.

- **Collaboration**

Views worden centraal opgeslagen en de maker kan bepalen voor wie ze bedoeld zijn en wanneer (messaging & alerts, conditional reporting).

User experience

■ **Formatting**

Formatting mogelijkheden worden uitgebreid. Gebruikers kunnen zelf styles aanmaken en aan anderen ter beschikking stellen.

■ **Up-to-date look and feel.**

Verbeterde grafieken (Gerealiseerd), nieuwe visuele weergave mogelijkheden.

■ **Wizards**

Gebruik van wizards voor algemene taken.

Uitgebreide (Marketing analytische) functionaliteit

- **Rule-based selections**

Selectie scripts.

- **Verbeterde custom measures & subtotals**

Meer Marketing modelling georiënteerde functies.

- **(Marketing) business templates**

Set van standaard analyses en dashboards voor diverse specifieke sales en marketing deelgebieden. Onderzoek gestart.

- **CrossTabs**

Door gebruiker zelf te kiezen dimensionaliteit van een "virtuele" n-dimensionele kubus (marktonderzoek)

Integratie en Publishing

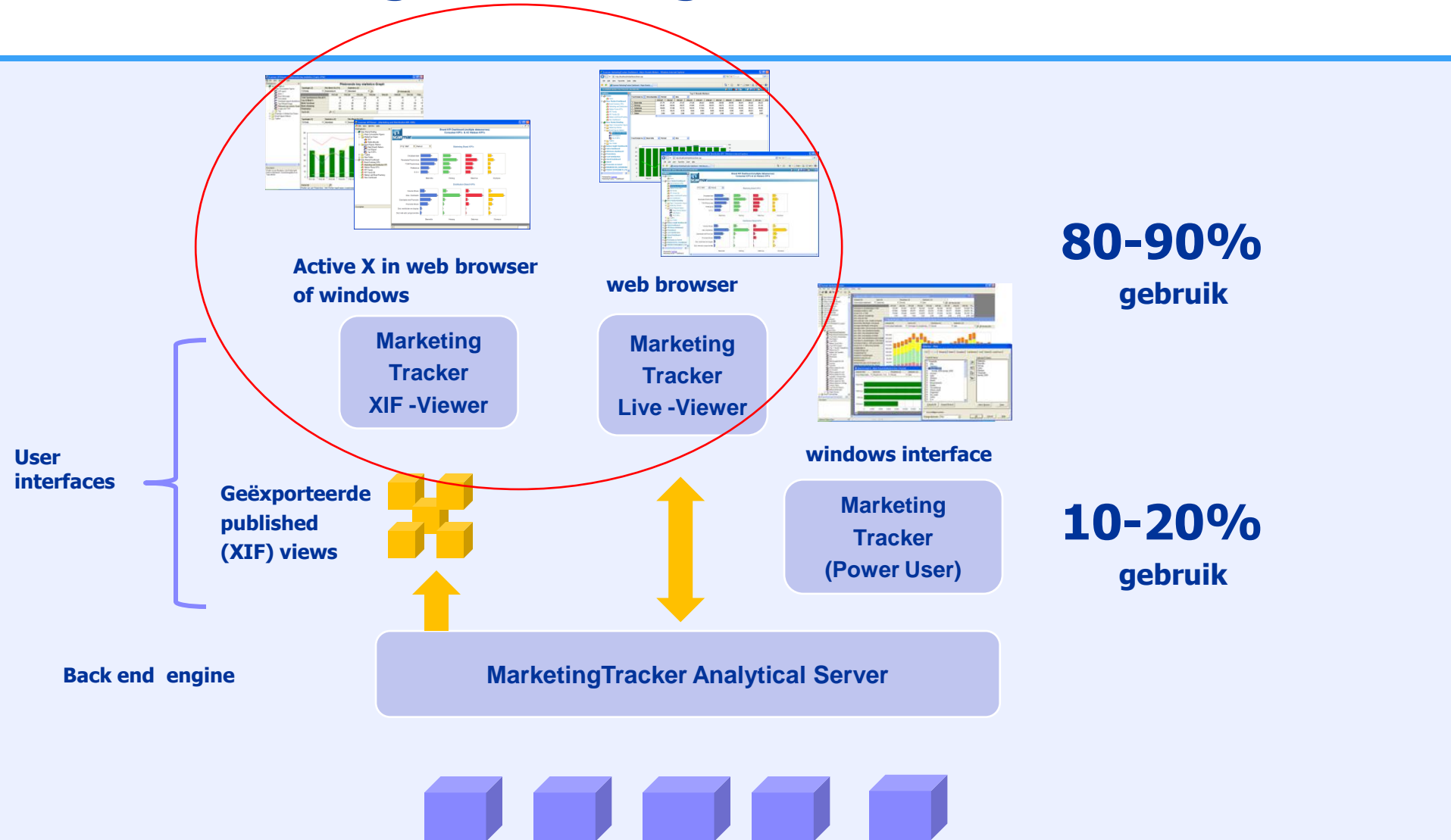
- **Multiple data-sources.**

Open naar meerdere data-sources, Oracle OLAP, Microsoft Analysis Server

- **Publish in multiple formats.**

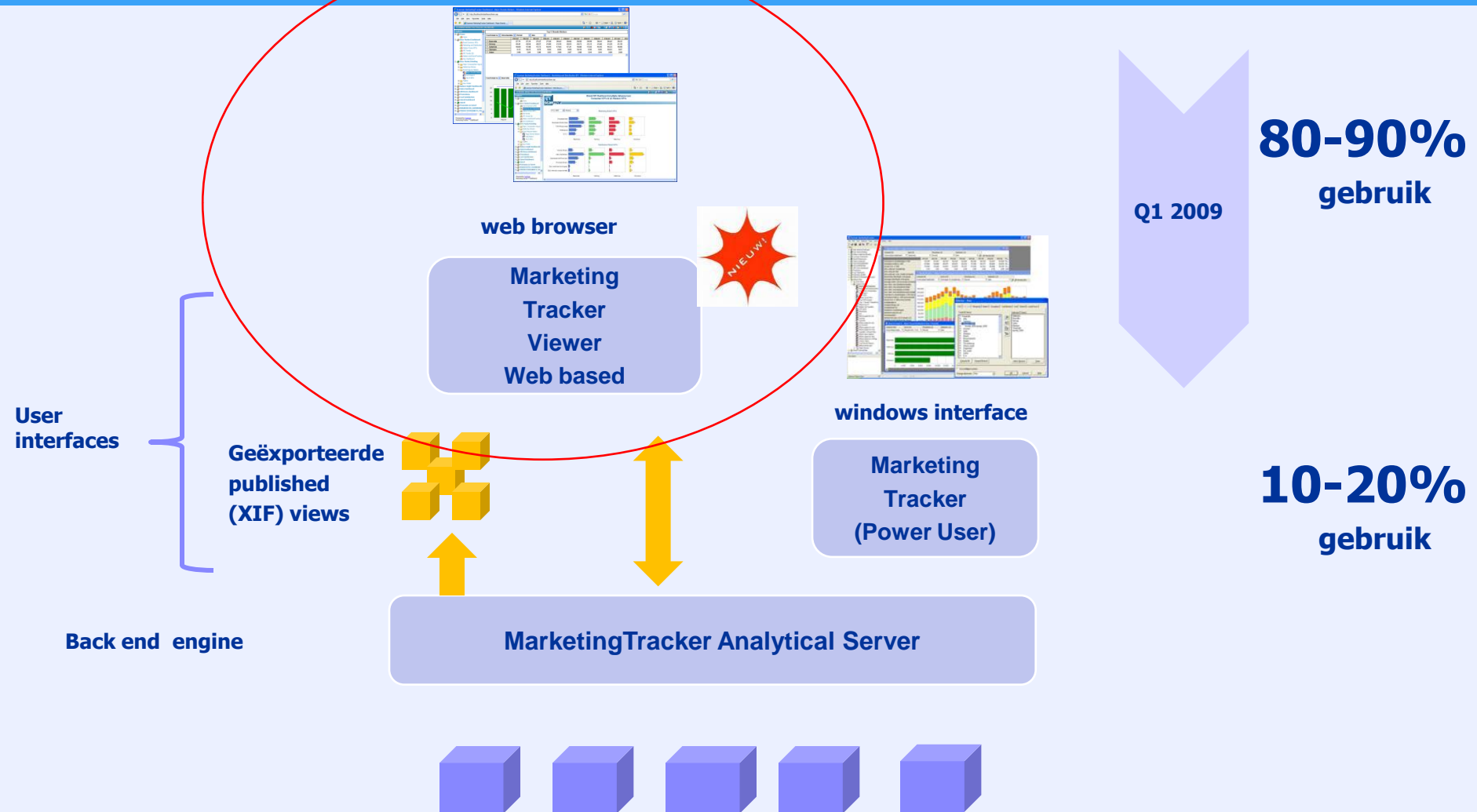
Meer integratie met office producten (Excel,Powerpoint), HTML

Huidige MarketingTracker architectuur



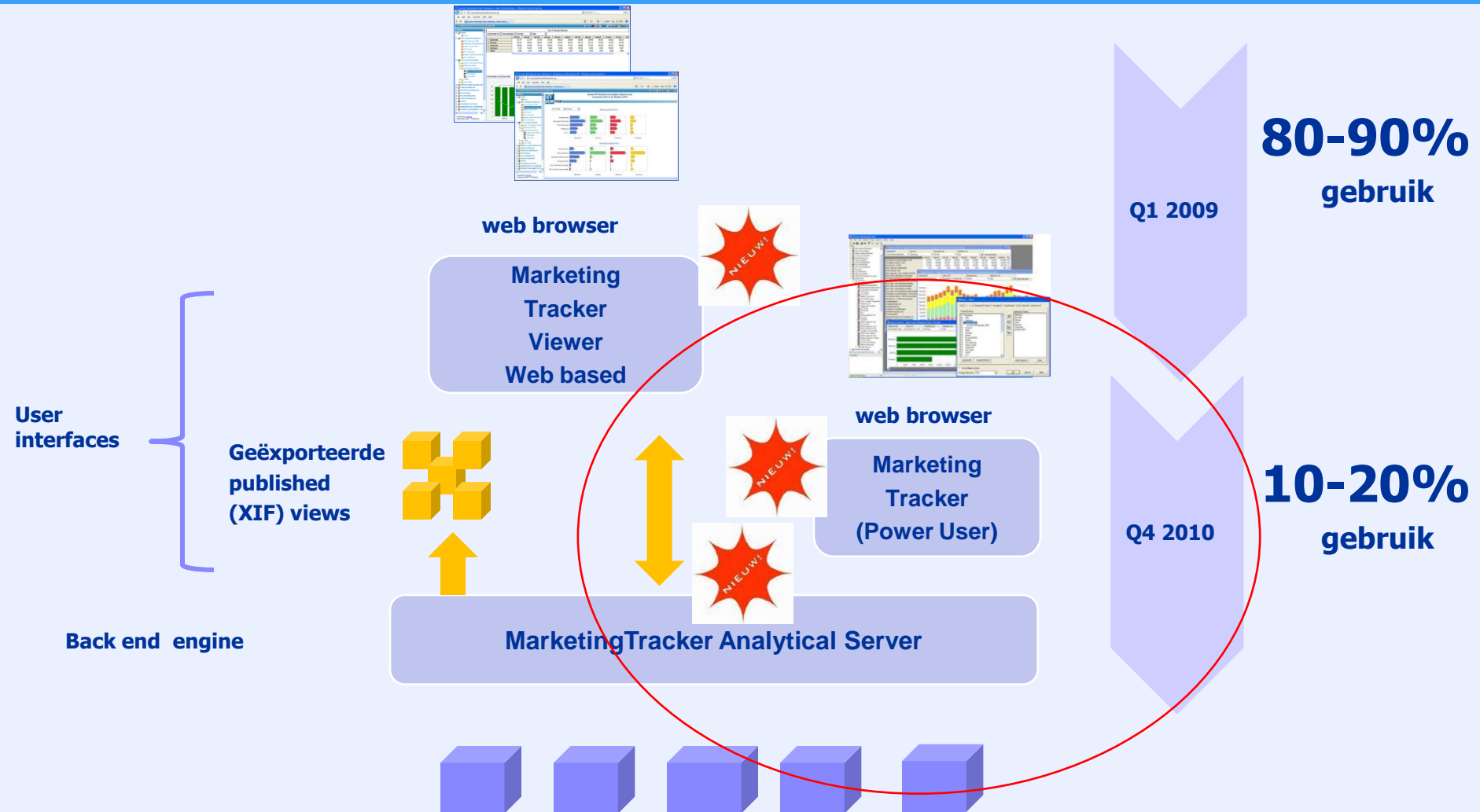
MarketingTracker Viewer (web-browser only)

"tussenversie" MT 5.0

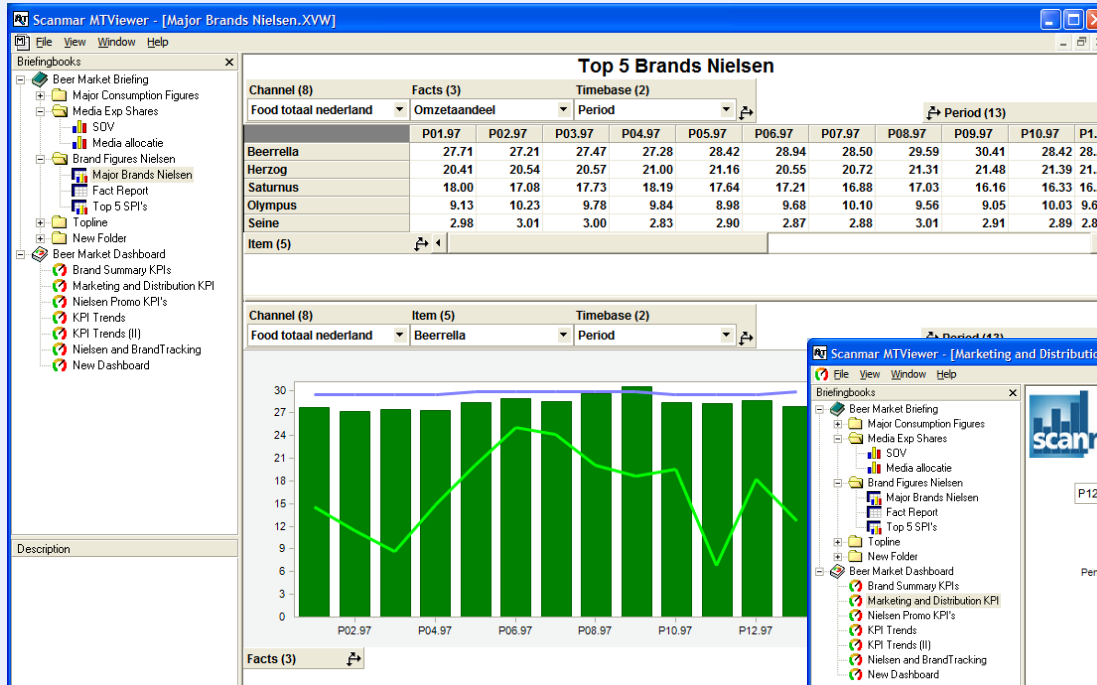


MarketingTracker 5.0

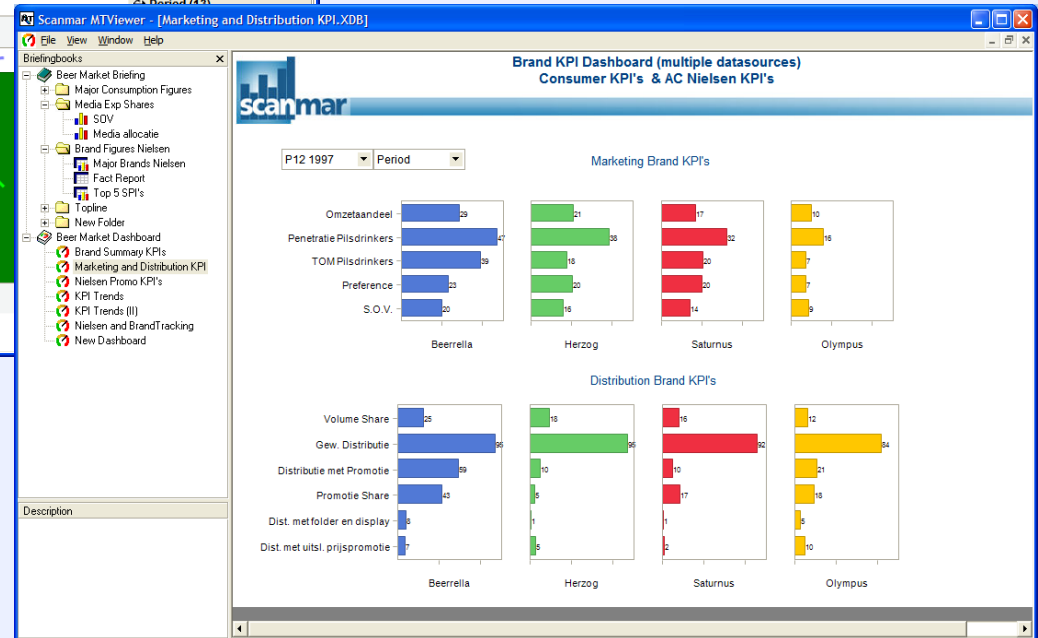
Power User + Analytical Server volledig vernieuwd en web based



MarketingTracker Viewer (today) Versie "published" views (XIF)



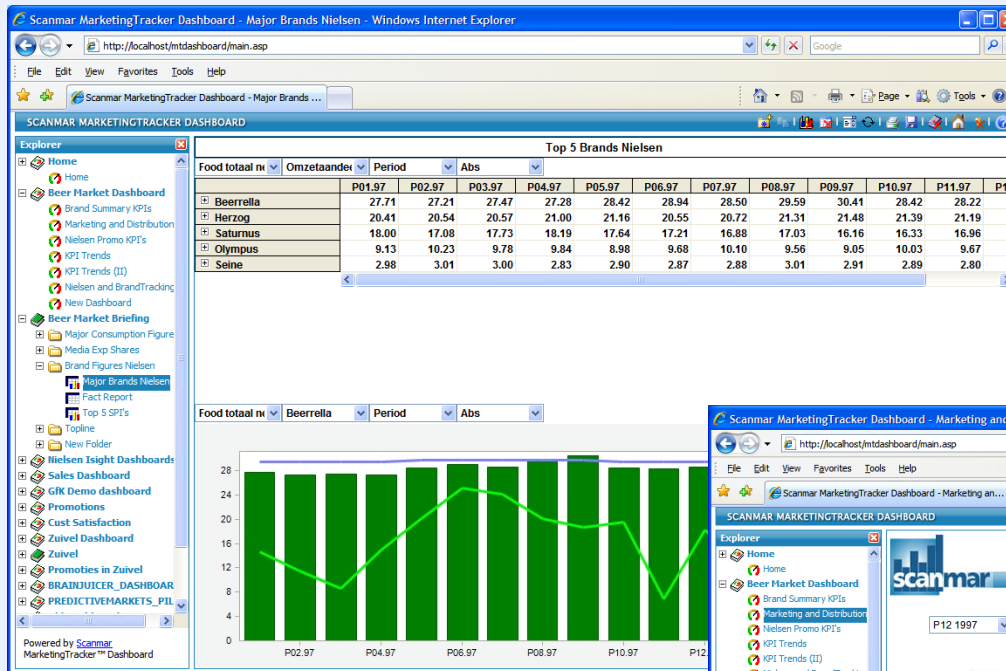
- Tabel view en grafiek view zijn door gebruiker in hoge mate aanpasbaar.
- Printen goed verzorgd.



- Installatie software op pc van gebruiker
- "Oude" technologie.

MarketingTracker Viewer (today)

Versie Web live data



- Tabel view en grafiek view beperkt en niet intuïtief aan te passen.
- Print resultaten niet 100%
- User interface needs upgrade
- Oudere technologie



Geen software installatie aan gebruikerskant.



MarketingTracker Viewer (web-browser only)

"tussenversie" MT 5.0

- **Alles wat huidige MarketingTracker viewer kan, maar dan 1 web only versie met het beste van beiden**
- **Voor gebruikers**
 - Gebruik van live en published views en dashboards
 - Intuitief pivoteren van tabel en grafiek views, wijzigen selecties, maken van rankings.
 - Printen van views en dashboards naar pdf,
 - Exporteren naar Excel en PowerPoint,
 - Bewaren van aangepaste views in personal briefingbook (v 2),
- **Voor beheerders**
 - Manage gebruikers en briefingbooks op de server,
 - Geen installatie op clients
 - Ondersteund meest gangbare browsers (IE7+, Firefox, Google Chrome, Opera, Safari)

MarketingTracker Viewer (web-browser only)

"tussenversie" MT 5.0

Alle opgeslagen views, briefingbooks en dashboards zijn 1 op 1 bruikbaar in deze versie.

Demo

Scanmar MarketingTracker.Web - Internet Explorer provided by Dell

http://localhost:65185/MarketingTracker.aspx

File Edit View Favorites Tools Help

Scanmar MarketingTracker.Web

MarketingTracker.Web

Explorer

- Web reports
 - Sales reports
 - Budget reports
 - Budget Tracking Report
 - Variance Report

Welcome | Budget Tracking Report

Page: Channel Geography Period Statistics

Down: Product

Across: Timebase Measure

TotChannel World March 2002 Absolute

	World	Month				Year-to-Date		
		Sales	Budget	Variance	G.Margin%	Sales	Budget	Variance
Total Product	Australia	468.979	430.906	8,8	54,7	1.393.600	1.291.226	7,9
Audio Division	Europe	240.511	219.009	9,8	57,9	716.387	661.064	8,4
Video Division	Asia	210.714	195.499	7,8	51,5	624.575	581.329	7,4
TV		30.934	28.641	8,0	45,7	91.344	84.193	8,5
VCR		22.267	19.155	16,2	50,0	66.293	60.944	8,8
Standard VCR		11.472	9.819	16,8	50,0	34.343	32.162	6,8
Stereo VCR		10.795	9.336	15,6	50,0	31.950	28.782	11,0
Camcorder		157.513	147.703	6,6	52,9	466.938	436.192	7,0
Accessory Division		17.754	16.398	8,3	49,9	52.638	48.833	7,8

Copyright Scanmar 2008

Done Local intranet | Protected Mode: Off 100%

FactFinder

het intelligente marketing dashboard

Stel

U bent een merkfabrikant en beschikt over bv de volgende bronnen , eigen sales data, Nielsen, Consumer Tracking data , Media uitgaven en MarketingTracker.

Periodiek wilt u antwoord hebben op de vraag

Wat is er allemaal achterliggend gebeurd bij de constatering dat m'n marktaandeel gestegen of gedaald is.

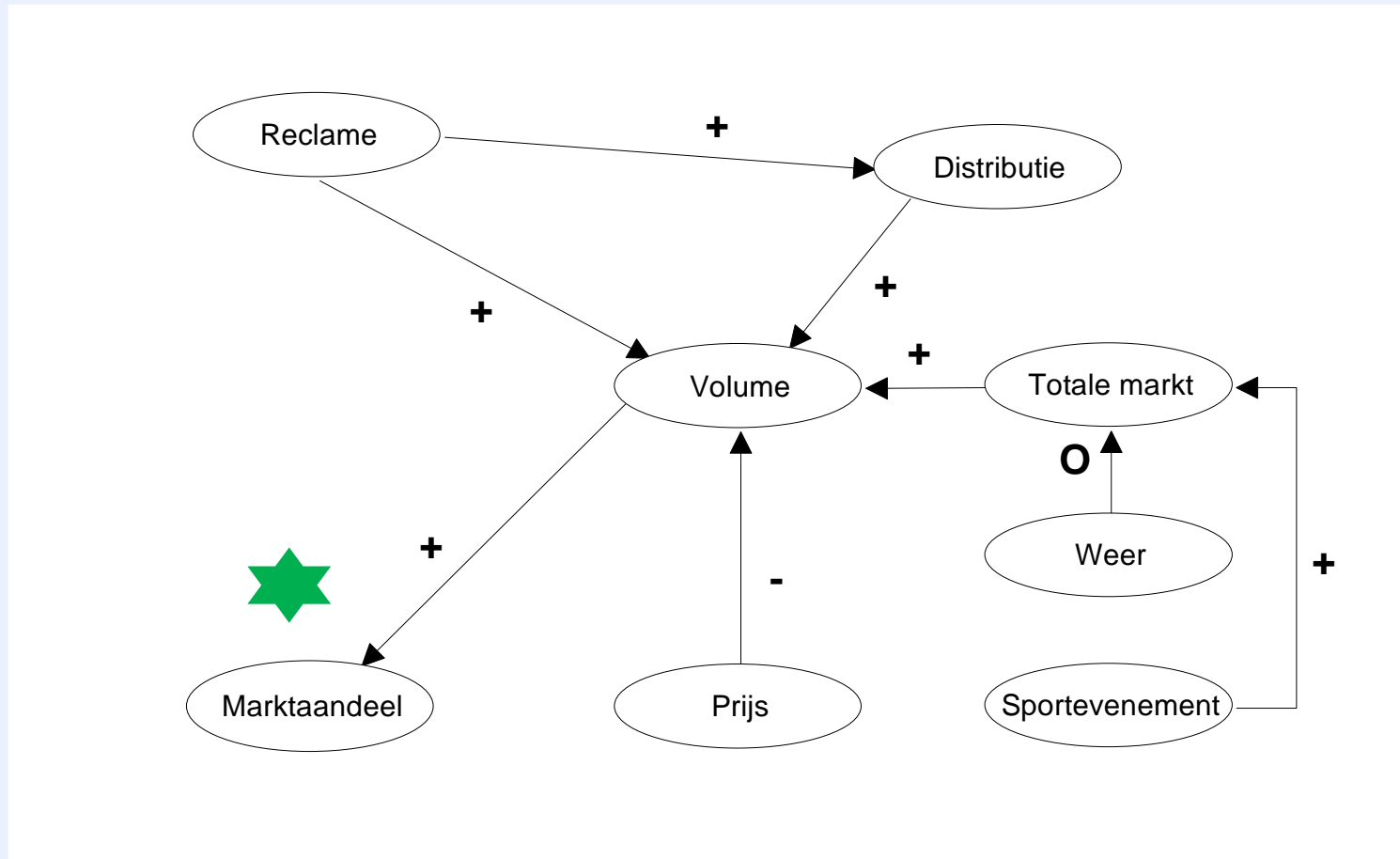
Business / Marketing analyst

hanteert hierbij een soort van sequentiele business logica om de relevante achterliggende variabelen te rapporteren (als hij/zij daar de tijd voor heeft)

FactFinder

zal deze steeds terugkerende en tijdrovende excercitie uitvoeren en alle relevante antwoorden in een automatisch gegenereerd dashboard opleveren.

Een sequentieel model



FactFinder

Globaal proces

- 1. Gebaseerd op een set van relaties, ingevoerd door een analist, worden veranderingen in het marktaandeel automatisch ondezocht.**
- 2. Voor alle significante variabelen (veranderingen > treshold) wordt het model verder onderzocht.**
- 3. Alleen insights die bijdragen tot veranderingen in b.v. het marktaandeel worden gerapporteerd.**
- 4. De rapportage is een dynamisch gebouwd dashboard.**

FactFinder

Automatisch dashboard MijnMerk

MijnMerk Q2 2008

Ten opzichte van Q1 valt op dat het marktaandeel van MijnMerk significant is gestegen met + 4%.

Van onze concurrenten is het marktaandeel van Concurrent A met -3% gedaald.

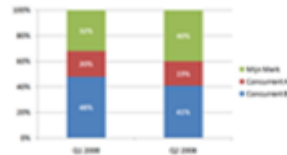
Van mijn submerken is het aandeel van MijnSubmerk 1 (+6%) gestegen ten koste van MijnSubmerk 3 (-4%).

Distributie

Het marktaandeel van MijnMerk is in kanaal 1 gestegen met +3% in kanaal 3 gestegen met +6% en in kanaal 2 gedaald met -2%.

Het marktaandeel van Concurrent A is gedaald met - 5% in kanaal 1 en in kanaal 3 met - 4%

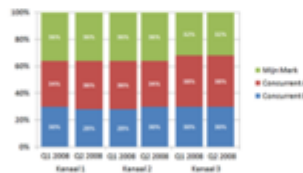
Marktaandeel



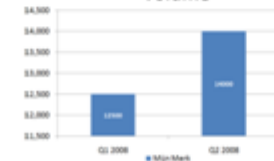
Variantaandeel binnen Mijn Merk



Marktaandelen naar channel



Volume



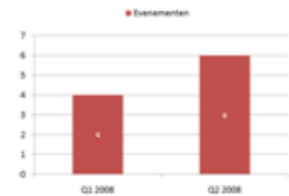
Volume

Het volume van MijnMerk neemt toe met 1,150 tot 14,000. Het volume van Concurrent A daalt met - 500 en Concurrent B stijgt met + 300. Dit komt overeen met de verwachting volgens het model.

Markt, Weer en Sport

De totale marktvolume is gestegen van 35.700 naar 40.000 stuks. Het aantal zonnige dagen is gestegen met +7%. Het aantal grote sportevenementen is gestegen met +2.

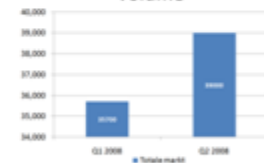
	Q1 2008	Q2 2008
MijnMerk	11500	14000
Concurrent A	12500	12000
Concurrent B	12700	13000



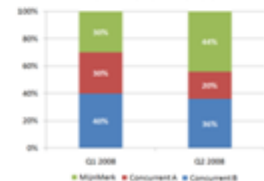
Zonnige dagen



Volume



Share of Voice



Recap Plannen

- MarketingTracker Viewer Web (Q1 2009)
- FactFinder (1^e launch versie Q1 2009)
- Business Templates (Q3/4 2009)
- MarketingTracker 5.0 (Q4 2010)