Anticipate and Shape Business Outcomes

Erfrischende Unternehmensplanung mit IBM Cognos TM1

Pepsi Deutschland Frank Hendricks Serwise Deutschland





Anticipate and Shape Business Outcomes



Agenda

- PepsiCo: Erfrischung und Snacks weltweit
- Das DELPHI Programm: Unternehmensplanung mit COGNOS TM1
- Pepsi, Punica und Lipton: Volumina als Planungsgrundlage
- Demo: Abstimmung zwischen Marketing und Sales zur Generierung der Zielvolumina
- Ausblick: Die weiteren Phasen des DELPHI Programms
- Fragen und Diskussion





Anticipate and Shape Business Outcomes



PepsiCo: Erfrischung und Snacks weltweit PepsiCo International und Deutschland GmbH

PepsiCo International

- Hauptsitz des Konzerns befindet sich im amerikanischen Purchase im Bundesstaat New York
- Beschäftigung weltweit von rund 185.000
 Mitarbeiter
- Jahresumsatz von über 39 Milliarden US-Dollar im Jahr 2007
- PepsiCo Produkte sind auf allen Kontinenten in mehr als 200 Ländern der Welt erhältlich

Getränke- & Nahrungsmittelumsätze (Mrd. US-\$) Nestlé PepsiCo Kraft Foods Unilever Coca-Cola Groupe Danone Cadbury Schweppes Diageo Anheuser-Busch General Mills

PepsiCo Deutschland GmbH

- Hauptsitz: Neu-Isenburg, 2 Produktionsstandorte
- Anzahl Beschäftigte: 450
- Business Unit: DACH
- Top Marken: Pepsi, PUNICA, Lipton, Fritolay





Anticipate and Shape Business Outcomes



PepsiCo: Erfrischung und Snacks weltweit Die historische Entwicklung



Herstellung der Pepsi-Cola durch den Apotheker Caleb Bradham in New Bern, North Carolina, aus Wasser, Zucker, Vanille, Kola-Nüssen und verschiedenen Ölen



Gründung von Pepsi-Cola GmbH in Deutschland; zunächst allein für die US-amerikanische Armee





Zusammenschluss von Pepsi-Cola International und dem Snack Produzenten Frito-Lay



Zusammenschluss von PepsiCo International mit Quaker Oats Company (Gatorade sowie weitere Snacks- und

Cerealien-Produkte)



1898 1946 1965 2001 2008 1934 1951 1998 2005

Verkauf der ersten Pepsi-Cola außerhalb der USA Erste deutsche Konzessionär erhält die Lizenz für deutsche Verbraucher abzufüllen



PepsiCo International erwirbt den Getränkehersteller

Tropicana pure premium PepsiCo



übernimt PUNICA





Anticipate and Shape Business Outcomes



Das DELPHI Programm: Unternehmensplanung mit COGNOS TM1

Organisation

- Planungsabteilung in Neu-Isenburg verantwortlich für die Märkte Deutschland, Österreich, Schweiz
- Gesamtplan wird an PepsiCo International übermittelt
- 2 eigene Werke in Deutschland: Hamburg und Nieder-Roden

Planungsprozesse

- Strategische Planung
- Volumen- und Markenplanung
- Konditionenplanung
- Marketing-, Vertriebs-, Gemeinkostenplanung
- Bilanz-, Liquiditäts- und Investitionsplanung
- Prognose und rollierende Prognose

Systeme

- SAP ECC eingeführt zum
 Januar 2009
- Planung basierend auf Excel
- Hyperion zur Übermittlung von Planungsdaten an PepsiCo International

Zielsetzungen des DELPHI Programms

- Ablösung der Excel basierten Planungslösung mittels integrierter Planungsprozesse auf Basis von IBM COGNOS TM1
- Verbesserungspotentiale: Schnellerer Planungszyklus, h\u00f6here Datenqualit\u00e4t und verringertes Fehleraufkommen, Dezentralisierung von Planungsaufgaben, mehr Zeit f\u00fcr Analysen
- Realisierung innerhalb eines 3-phasigen Programmansatzes





Anticipate and Shape Business Outcomes



Das DELPHI Programm: Unternehmensplanung mit COGNOS TM1

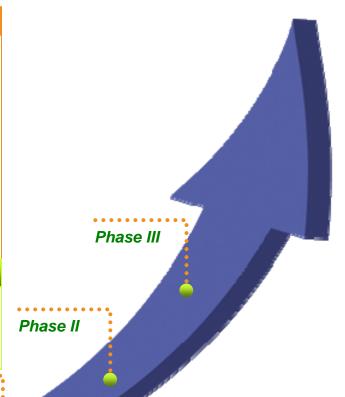
Projektinhalte

- Analyse der Planungsprozesse
- Erstellung des zukünftigen Planungskonzepts
- Integrierte Volumensplanung
- Konditionenplanung
- Marketing- und Vertriebskostenplanung
- Gemeinkostenplanung
- Abbildung der kompletten GuV

Systemunterstützung

- COGNOS TM1 Version
- Stammdatentransfer aus SAP ECC erfolgt zunächst manuell

Phase I: "P&L"



2009 2010

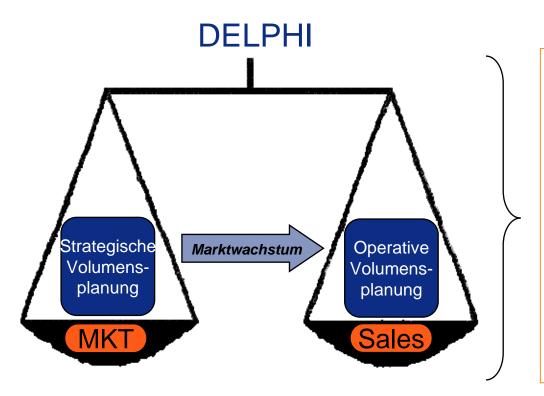




Anticipate and Shape Business Outcomes



Pepsi, Punica und Lipton: Volumina als Planungsgrundlage



- Vorgegebene Annahmen zum Marktwachstum
- Engere Verknüpfung zur strategischen Unternehmensplanung
- Engerer Abstimmungsprozess zwischen Marketing und Sales
- Verbesserte Validierung der Volumensplanung
- Marketing plant auf Jahresebene,
 Sales plant auf Periodenebene
- Sowohl Marketing als auch Sales können den Split der Geschmacksrichtungen adjustieren

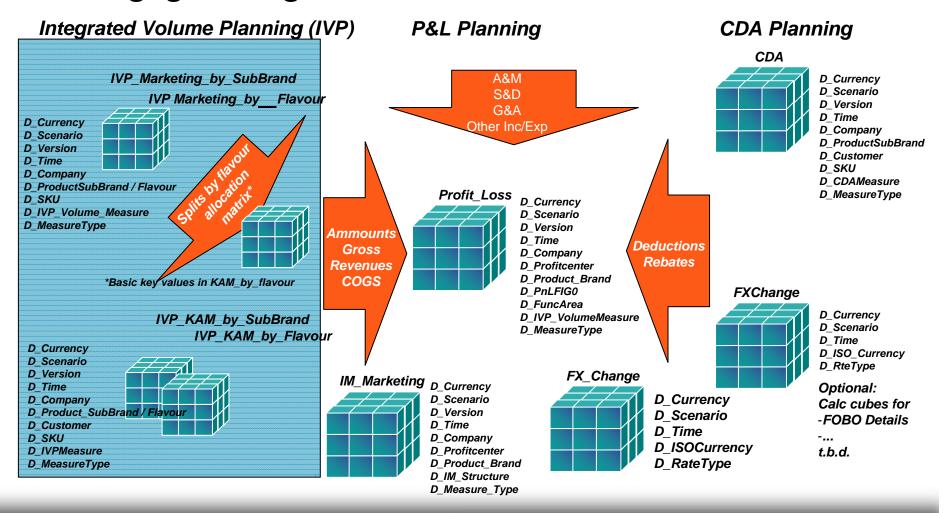




Anticipate and Shape Business Outcomes



Pepsi, Punica und Lipton: Volumina als Planungsgrundlage



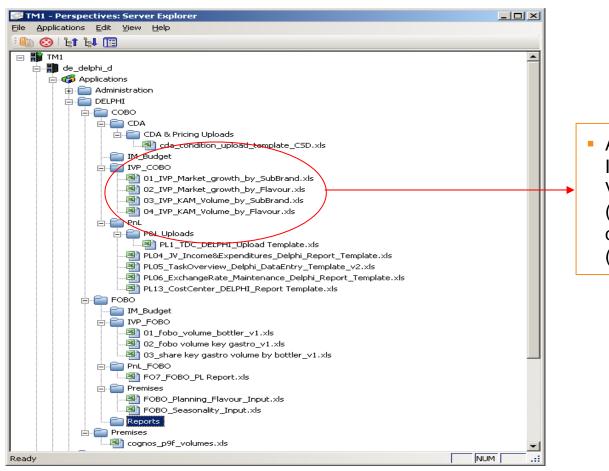




Anticipate and Shape Business Outcomes



Live-Demo: Abstimmung zwischen Marketing und Sales zur Generierung der Zielvolumina



 Applikationen der Integrierten Volumensplanung (Marketing und Sales) für den Bereich COBO (Company owned Bottling)





Anticipate and Shape Business Outcomes



Ausblick: Die weiteren Phasen des DELPHI Programms

Projektinhalte

- Kostenstellenplanung
- Produktkostenplanung
- Interaktive Budgetplanung
- Bilanzplanung
- Verbesserung des Reporting
- Workflow-Unterstützung
- Automatisierter Stamm- und Bewegungsdatentransfer

Systemunterstützung

 Stamm-/Bewegungsdaten aus SAP ECC über COGNOS Data Manager

Projektinhalte

- Integration externer Marktdaten
- Rollierende Planung und Prognose
- COGS-Simulation (Preise)
- Cash-Flow-Simulation
- GuV/Bilanz-Simulation

Systemunterstützung

COGNOS 8 BI

Phase III: "Prognosis and Simulation"

Phase II: "Analyze and Optimize"

Phase I: "P&L"

2009 2010







Anticipate and Shape Business Outcomes





© Copyright IBM Corporation 2008 All rights reserved. The information contained in these materials is provided for informational purposes only, and is provided AS IS without warranty of any kind, express or implied. IBM shall not be responsible for any damages arising out of the use of, or otherwise related to, these materials. Nothing contained in these materials is intended to, nor shall have the effect of, creating any warranties or representations from IBM or its suppliers or licensors, or altering the terms and conditions of the applicable license agreement governing the use of IBM software. References in these materials to IBM products, programs, or services do not imply that they will be available in all countries in which IBM operates. Product release dates and/or capabilities referenced in these materials may change at any time at IBM's sole discretion based on market opportunities or other factors, and are not intended to be a commitment to future product or feature availability in any way. IBM, the IBM logo, Cognos, the Cognos logo, and other IBM products and services are trademarks of the International Business Machines Corporation, in the United States, other countries or both. Other company, product, or service names may be trademarks or service marks of others.



