Компания, торгует одеждой и обувью собственного бренда.  
У неё около 100 магазинов двух форматов — расположенные в ТЦ и дискаунтеры. Магазины находятся в нескольких регионах России, в основном — в Центральном федеральном округе. Магазины делятся на street, ТЦ, ритейл.  
Компания сама разрабатывает модели одежды и обуви, заказывает их производство на собственной фабрике в Китае, затем импортирует в РФ. Товары, хранящиеся на центральном складе (РЦ) в Московской области, должны быть развезены по магазинам к началу сезона. В регионах нет больших складов, поэтому хранить большие партии там нельзя. Чтобы были продажи, нужно оперативно снабжать магазины перед началом сезона, а также своевременно доставлять товар в ходе сезона.  
В компании работает около 800 человек, из них 200 — в центральном офисе, 100 — на складе, а остальные — сотрудники магазинов. В магазинах очень часто случаются недостачи и злоупотребления: сотрудники крадут товары или накручивают результаты продаж, чтобы получить премию.  
Кроме того, компания уже год развивает свой интернет-магазин, и в последнее время доля продаж через интернет увеличивается.

С точки зрения IT-ландшафта есть следующие системы:

* в каждом магазине стоит обособленная система «1С Управление торговлей» для учёта товаров и регистрации розничных продаж (чеков);
* в центральном офисе есть хранилище данных на Oracle, в который с регламентом Т+2 (с опозданием в 2 дня) собираются данные с распределённых 1С;
* для планирования ассортимента используют Excel-файлы, сводные показатели из которых затем загружаются в хранилище, где идёт план-факт-анализ;
* логисты управляют поставками как из Китая, так и внутри страны, ориентируясь на данные, поступающие от перевозчиков, и информацию об остатках товара в магазинах, которая загружается в хранилище Oracle;
* для организации отгрузок со складов есть отдельная WMS-система (управление складом), которая не интегрирована с хранилищем Oracle;
* есть также аналитический отдел, который занимается анализом продаж и пытается сопоставить его с внешними факторами — от погоды на улице до уровня благосостояния населения — и найти неочевидные влияющие факторы;
* производство обуви в Китае конвейерное, с небольшим применением ручного труда. Там установлена какая-то локальная система, отслеживающая основные параметры, результаты дня и т. д., но она на китайском и «общаться» с ней можно только через директора по производству, который находится в Китае;
* интернет-магазин работает на самописной платформе, поведение пользователей и конверсии анализируются с помощью информационных систем Google Analytics и Яндекс Метрика.

**Компания хочет упорядочить управление своими системами — пока просто навести порядок в процессах. Ответьте на вопросы:**

1. Какие возможные проблемы вы видите? Какие из них можно было бы решить с помощью аналитических систем?
2. Какие это должны быть системы (какого класса)? Применима ли здесь аналитика данных в реальном времени? Если да, то где и зачем?
3. Используя любое средство для рисования диаграмм, нарисуйте схему информационных в компании потоков в версии as-is. То есть, на схеме должны быть отражены имеющиеся системы и потоки информации между ними. Добавьте на схему предлагаемые вами подсистемы и каналы взаимодействия между ними. Должно быть понятно:

* какую ключевую бизнес-задачу будет решать та или иная аналитическая система на вашей схеме;
* кто будет пользователем этой системы;
* какой регламент (оперативность появления данных в системе) будет. В реальном времени или с задержкой в n дней?