Crystal Entertainment adalah peritel hiburan yang mengkhususkan diri pada musik, film, dan buku audio. Ini memiliki delapan toko online yang beroperasi di Amerika Serikat, Jerman, Prancis, Inggris, Spanyol, Australia, Jepang, dan India. Ini memiliki 96 toko offline yang beroperasi di negara-negara tersebut juga. Pelanggan dapat membeli produk individual seperti lagu, buku audio, atau film, atau mereka dapat berlangganan paket tertentu, yang memungkinkan mereka mendownload sejumlah produk dalam periode tertentu. Misalnya, Di Inggris, dengan paket Primer, pelanggan dapat mendownload 100 lagu, 50 buku, dan 50 film per bulan untuk ₤ 150. Pelanggan juga bisa mendengarkan atau menonton lagu, buku, atau film satu kali seharga 1/10 untuk membelinya. Jadi jika sebuah film adalah ₤ 5, untuk menontonnya hanya 50 sen saja.

Pelanggan menggunakan streaming online untuk ini, jadi diperlukan koneksi internet yang baik. Crystal Entertainment memiliki empat saluran pengiriman utama: Internet, telepon genggam, TV kabel, dan pos. Ada beberapa model pembayaran untuk langganan pelanggan, seperti debit langsung bulanan, sebelumnya, dan debit langsung bulanan.Perusahaan membeli produk dalam jumlah besar, seperti 10.000 lagu dari perusahaan rekaman, dengan judul apapun, dengan biaya tertentu. Untuk streaming online, perusahaan membayar penyedia pusat (XXX Broadcasting PLC.) Berdasarkan penggunaan (faktur bulanan).

Perusahaan menggunakan berbagai aplikasi untuk menjalankan aktivitas bisnis mereka. Ini termasuk sistem berbasis NET yang dikembangkan secara khusus untuk situs web dinamis, perdagangan multimedia, penyiaran, pemrosesan pesanan penjualan, dan manajemen langganan, semuanya berjalan di platform basis data yang berbeda. Perencanaan sumber daya perusahaan back-end (ERP)

Sektor ritel merupakan salah satu sektor pertama yang melakukan investasi signifikan dalam mengumpulkan dan mengintegrasikan data pelanggan di gudang data. Proyek ini diperlukan untuk membantu manajemen perusahaan ritel dalam membuat keputusan yang lebih baik dengan menggunakan data historis yang tersedia di dalam organisasi.Pengguna bisnis (decision maker) tidak memiliki kemampuan untuk mengakses data dengan mudah bila dibutuhkan. Dalam upaya mengatasi kekurangan ini, beberapa departemen di perusahaan ritel menemukan sumber daya mereka sendiri, menggunakan data berbeda yang tersedia dan menyewa konsultan untuk memecahkan kebutuhan data jangka pendek masing-masing. Dalam banyak kasus, data yang sama diambil dari sistem sumber yang sama untuk diakses oleh departemen terpisah tanpa strategi penyampaian informasi keseluruhan secara strategis.Manajemen menyadari efek negatif dari sumber data yang berbeda terhadap laporan yang disajikan oleh manajer karena kurangnya integrasi. Mengingat pentingnya informasi bagi perusahaan ritel, manajemen dimotivasi untuk menangani masalah inkonsistensi data dengan memperkenalkan gudang data pusat dan untuk memastikan bahwa data tersedia bagi semua pengguna terlepas dari departemen mereka. Harmonisasi data dan kebutuhan akan laporan yang konsisten dan berkualitas melahirkan proyek gudang data di perusahaan.

Data yang tersedia di dalam perusahaan sangat luas sehingga perusahaan dapat memanfaatkan data terbaik untuk diproyeksikan ke depan. Karena dinamika teknologi, industri musik telah sedikit menderita karena musik diunduh melalui internet dan telah menyebabkan banyak penutupan toko.Perusahaan kristal perlu memanfaatkan data yang tersedia untuk menentukan di mana pendapatan utama perusahaan berasal dan menetapkan salah satu POS yang tidak menguntungkan perusahaan dan mungkin menutupnya atau menggabungkannya. Perusahaan juga perlu memahami jenis musik yang disukai orang dan pemasoknya juga menguntungkan. Dalam lingkup proyek ini, kami melihat pengembangan data mart untuk beberapa departemen yang menjadi inti bisnis. Mereka adalah departemen Sales & Marketing, supply & logistic.

Kami mengadopsi beberapa persyaratan fungsional dari analisis yang ada sementara kami memvalidasi fungsionalitas melalui kuesioner kami.

• Pengguna harus dapat mengakses data dari aplikasi perusahaan yang berbeda di satu lokasi tunggal dan dalam format yang mudah dimanipulasi.  
• Pengguna harus dapat menganalisis penjualan produk dari waktu ke waktu secara geografis. Ini akan didasarkan pada penjualan aktual setiap bulan.  
• Bisnis harus dapat menghitung margin keuntungan pada penjualan bulanan untuk pelanggan berlangganan oleh segmen yang berbeda  
• Pengguna ingin menganalisis penjualan produk mereka berdasarkan geografis, toko, dan titik penjualan yang berbeda.  
• Bisnis ingin menentukan biaya penjualan dan keuntungan dari pelanggan berlangganan setiap tahun dengan paket, demografi dan toko.  
• Pengguna bisnis ingin mengklasifikasikan pelanggan berdasarkan kinerja dan loyalitas mereka  
• Pengguna bisnis akan dapat menentukan kinerja pemasok berdasarkan produk.  
• Sistem akan dapat menampilkan gambar dan grafik dan akan bisa mencetak. Sistem harus bisa memberikan laporan dalam format berbeda yang berguna bagi pengguna.