**SAP Story: Zalando przyspiesza operacje biznesowe**

**Zalando rozwija strategię cyfrowej transformacji w obszarze finansów i handlu detalicznego. Firma, przy wsparciu PwC, wdrożyła w Niemczech system SAP S/4HANA optymalizujący codzienne operacje biznesowe. Cyfrowa technologia od SAP pomogła poprawić jakość oraz strukturę danych.**

Wzrasta liczba e-konsumentów. Najnowsze dane [Gemius](https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2021.html) dowodzą, że 77 proc. badanych polskich internautów choć raz dokonało zakupów w sieci. Dla 13 proc. online stał się kanałem pierwszego wyboru przy poszukiwaniu produktów. Wśród najbardziej rozpoznawalnych spontanicznie serwisów internetowych sprzedających odzież na drugim miejscu znalazło się Zalando.

W okresie kwiecień-czerwiec 2021 wartość sprzedaży towarów w Zalando wzrosła o 40 proc. rok do roku, do 3,8 mld euro. Na koniec drugiego kwartału platforma zakupowa miała 44,5 miliona aktywnych klientów. Marka na co dzień zarządza dużą ilością złożonych danych. Operacje biznesowe wymagały uproszczenia i automatyzacji, przy jednoczesnym zachowaniu zrównoważonego, skalowalnego wzrostu. Migracja do systemu SAP S/4HANA umożliwiła przeprowadzanie analiz w czasie rzeczywistym, tym samym zapewniając wsparcie dla procesów finansów oraz rachunkowości zarządczej. To z kolei miało przełożenie na obszar customer experience.

SAP S/4HANA stworzyło silną podstawę dla transformacji cyfrowej obejmującej całe przedsiębiorstwo. Zespół złożony z blisko 200 ekspertów w 16 miesięcy wdrożył zdalnie platformę technologiczną do obsługi hybrydowego środowiska rozwiązań SAP oraz innych aplikacji biznesowych. W efekcie system pozwolił przeprojektować procesy i upłynnić przepływ pomiędzy danymi finansowymi oraz operacyjnymi.

– Ten projekt to jedno z największych wdrożeń SAP S/4HANA, stanowiące cenny benchmark technologiczny dla branży detalicznej. SAP oraz PwC pomogły Zalando sprostać wyzwaniom biznesowym i jednocześnie stworzyły platformę wspierającą nasze ambitne cele rozwojowe – wyjaśnia **Meg Greenhouse, VP Digital Workplace, Zalando SE**.

Według badania [Instytutu Humanites](https://www.humanites.pl/baza_wiedzy/executive-summary-raport-bariery-i-trendy/#more-6906) to właśnie zwiększenie efektywności procesów, prowadzące z jednej strony do wzrostu sprzedaży, z drugiej do optymalizacji kosztów, jest najważniejszym argumentem przemawiającym na rzecz rozpoczęcia procesu cyfrowej transformacji. W przypadku Zalando automatyzacja zadań pozwoliła działowi finansowemu wyjść poza standardowe operacje i stać się menadżerami procesów.

– Integracja i standaryzacja danych są kluczowe. Dziś liczą się szybkie, trafne decyzje podejmowane na podstawie kompletnych oraz aktualnych informacji. Wykorzystując elementy uczenia maszynowego i sztucznej inteligencji jesteśmy w stanie nie tylko zwiększać efektywność operacyjną, ale także poprawiać employee experience działów finansowych. To generuje ogromną zmianę, gdyż pozwala wyjść zespołom poza obszar prowadzenia rachunkowości czy sprawozdawczości i stanąć w roli menedżerów wartości biznesowych – mówi **Tomasz Zazula, członek zarządu i CFO SAP Polska**.

**Kontakt dla mediów**:

Justyna Kędzierska

Market Unit Lead for Communication

SAP CEE

E: justyna.kedzierska@sap.com

T: +48 22 541 68 15

M: +48 608 67 56 25

Monika Sadowska

Senior Consultant

Linkleaders

E: monika.sadowska@linkleaders.pl

M: +48 502 243 620