

森创时装
SCFASHION

« NE VOUS CONTENTEZ JAMAIS DE RÉPONDRE AUX
ATTENTES DE VOS CLIENTS : DÉPASSEZ-LES ! »

SC FASHION PLACE LE PRODUIT AU CŒUR DE
SA STRATÉGIE AVEC LE PLM DE CENTRIC

« La transformation est un thème récurrent dans le secteur industriel, et certains fabricants vont jusqu'à envisager de remplacer leur personnel par des robots afin de limiter leurs coûts de main-d'œuvre. Mais, à mes yeux, la transformation de l'industrie ne se limite pas à l'optimisation des équipements et des compétences ; il s'agit également d'adopter un nouvel état d'esprit. »

David Wong, co-fondateur de Jiaxing Senchuang Fashion Co., Ltd. (SC Fashion), est convaincu que, pour avoir un avenir, les fabricants d'équipement d'origine (ou OEM pour Original Equipment Manufacturer) n'ont d'autre choix que de passer d'un modèle centré sur les commandes à un modèle axé sur les produits. Un tournant qu'a déjà opéré SC Fashion.



LEADER DE LA RÉVOLUTION DES OEM DANS LE SECTEUR DE LA MODE

Fondée en 1992 et située dans le district de Nanhu à Jiaxing (à une heure de Shanghai), Jiaxing Senchuang Fashion Co., Ltd. (SC Fashion) est une entreprise de mode internationale, dotée de technologies industrielles de pointe et d'excellents systèmes de gestion.

Présente dans une douzaine de pays et régions, elle propose des services OEM et ODM à des détaillants et marques occidentales de vêtements haut de gamme pour femme. L'entreprise possède un site de production d'environ 80 000 m² et emploie plus de 1 500 salariés. Elle enregistre un chiffre d'affaires annuel de 800 millions de yuans grâce à ses articles tricotés et tissés.

Fort de plus de 20 ans d'expérience dans l'industrie de la mode, David Wong, co-fondateur de SC Fashion, porte un regard d'expert sur les tendances actuelles et futures du secteur. À ses débuts, en 1992, il était en charge de la commercialisation à l'étranger et suivait une stratégie simple: élargir autant que possible la clientèle de l'entreprise et optimiser ses résultats.

Au cours des premières années, l'entreprise honorait une grande variété de commandes, notamment pour la marque de lingerie Victoria's Secret. En 2006, près de dix ans après sa création, elle a décidé de se concentrer sur les commandes de marques de vêtements milieu et haut de gamme pour femme, et en particulier sur les matériaux fins. Grâce à la qualité de ses produits et à ses compétences en matière de traitement des commandes, SC Fashion est rapidement devenu le fabricant attitré de nombreuses marques occidentales de vêtements pour femme.

David Wong révèle ainsi : « Nous ne nous contentons jamais de répondre aux attentes de nos clients : nous les dépassons. »

« De nombreuses marques clientes commencent à réduire les effectifs de leurs équipes de développement produit, explique David Wong. Par exemple, l'un de nos clients – un grand magasin américain – a récemment annoncé qu'il compte réduire de 70 à 20 % la proportion de ses employés en charge du design et du développement ; par conséquent, nous devons être en mesure de répondre à ses besoins en matière de développement produit. »

« Je ne crois pas que les fabricants OEM traditionnels aient un avenir, poursuit-il. Pour réussir, il est primordial d'adopter une vision axée sur les produits et d'avoir les ressources nécessaires en matière de design et développement. »

Pour relever ce défi, SC Fashion a décidé de s'équiper d'une solution PLM (Product Lifecycle Management, ou gestion du cycle de vie des produits). En 2017, l'entreprise a opté pour la solution PLM Centric 8.

Aujourd'hui, SC Fashion a totalement repensé ses compétences orientées sur les produits. En utilisant le PLM de Centric comme une plateforme permettant de communiquer avec ses marques partenaires et de gérer efficacement le développement produit, l'entreprise est désormais capable de proposer davantage de services additionnels à ses clients.

“ CONTRAIREMENT AUX AUTRES FOURNISSEURS, CENTRIC A UNE FAÇON DE PENSER VRAIMENT AXÉE SUR LE PRODUIT, CE QUI EST ESSENTIEL POUR OPTIMISER NOS SERVICES. DE PLUS, L'ÉQUIPE DE CENTRIC EST PROFESSIONNELLE ET NOUS AIMONS TRAVAILLER AVEC ELLE. ”

DÉFIS

- + Données produits désorganisées
- + Tâches et communications souvent répétitives et menées hors ligne
- + Charge de travail considérable liée à la production et à la conservation des échantillons
- + Demande croissante en matière de développement produit
- + Forte concurrence sur le marché des OEM et environnement commercial tendu

RELEVER LES DÉFIS À L'ÉCHELLE LOCALE ET MONDIALE

Ces dernières années, les OEM spécialisés dans la mode en Chine ont dû faire face à des défis de taille, et notamment l'augmentation des coûts fonciers et de main-d'œuvre résultant de la transformation des fabricants chinois, de l'amélioration de l'infrastructure et du développement de leurs concurrents d'Asie du Sud-Est. Alors que la guerre commerciale s'amplifie entre la Chine et les États-Unis, le contexte est devenu si hostile que les fabricants de vêtements chinois sont contraints de choisir entre transformer leur approche et quitter le marché.

Par ailleurs, de nombreux clients des OEM concentrent leurs investissements sur leur image de marque et souhaitent que leurs fabricants se consacrent davantage au design et au développement produit. Le brand marketing est en effet le plus gros vecteur de croissance dans le secteur de la mode (à hauteur de 50 %), suivi par le design et le développement produit (40 %) et par la fabrication (10 % seulement).

« Dernièrement, je me suis rendu à la Fashion Week de New York pour assister au défilé d'un célèbre designer américain, indique David Wong. J'ai pu constater qu'aujourd'hui, les marques ne considèrent plus les vêtements pour femme comme leur source principale de revenus ; dans une économie communautaire où tout est connecté, elles sont de plus en plus nombreuses à aligner leur offre de produits et services sur les modes de vie de leurs clients. »

RÉSULTATS

- + Une plateforme centrale de données permet maintenant de numériser les informations portant sur les produits
- + Le PLM permet d'assurer la gestion et la communication en ligne et en temps réel
- + Le cycle de production des échantillons a été raccourci de 25 %
- + Le suivi et la gestion des échantillons sont simplifiés grâce à une approche axée sur les données
- + Auparavant axée sur les commandes, l'entreprise place désormais les produits au cœur de sa stratégie

LA CRÉATION D'UNE PLATEFORME TOURNÉE VERS L'AVENIR

SC Fashion a constaté que pour répondre aux besoins grandissants de ses clients et accroître ses capacités de développement produit, elle devait améliorer la gestion de ses données et la communication avec ses clients. Une grande partie de ses données produits étaient éparpillées et cloisonnées dans les différents services de l'entreprise, ce qui se traduisait par un nombre accru d'informations, de fichiers et d'e-mails obsolètes : identifier les données pertinentes exigeait beaucoup de temps et de travail.

En fin d'année 2017, SC Fashion a fait de Centric Software son partenaire stratégique en vue d'opérer sa transformation digitale. Ce partenariat a pour but de bâtir une plateforme de données produits permettant de compiler et partager le savoir-faire et l'expertise de l'entreprise, afin de développer ses compétences en matière de développement produit. En concrétisant cette perspective, SC Fashion pourra progresser dans la chaîne de valeur et offrir des services avec une marge plus élevée, et asseoir ainsi sa position sur le marché.

EFFICACITÉ ET COMMUNICATION

À l'origine, ce projet PLM consistait d'une part à doter l'entreprise d'une plateforme centrale de données produits, ce qui s'avérait compliquer compte tenu de l'absence de normes, et, d'autre part, à réduire le cycle de production des échantillons de 25 % pour passer de 20 à 15 jours. SC Fashion se réjouit d'avoir atteint ces deux objectifs.

Le PLM de Centric a facilité le stockage et le transfert des informations vers et depuis les bases de données portant sur les matériaux et les processus pour chaque produit (coûts des matériaux, résultats des essais, caractéristiques techniques, informations des étiquettes...). La plateforme permet aux utilisateurs d'accéder aux données à tout moment et de collaborer efficacement.

Le PLM est également une solution performante pour communiquer avec les marques clientes à propos des données produits. Ces informations changent régulièrement car les commandes portent sur de petits volumes et sur une grande variété de produits ; aussi, il est primordial d'assurer une communication et une collaboration en temps réel avec les fabricants en aval afin de maîtriser les coûts.

« De plus en plus de grands fabricants de vêtements font confiance au PLM de Centric, explique David Wong. Contrairement à d'autres fournisseurs dont les solutions proposent une vision axée sur les commandes, Centric met le produit au cœur de sa démarche, ce qui est indispensable pour l'optimisation de nos services. Par ailleurs, les membres de son équipe sont très professionnels : c'est un vrai plaisir de travailler avec eux. »





À PROPOS DE JIAXING SENCHUANG FASHION CO., LTD. (SC FASHION)

Fondée en 1992 et située dans le district de Nanhu, sous la juridiction de Jiaxing, à une heure de route de Shanghai, la société Jiaxing Senchuang Fashion Co., Ltd. (SC Fashion) s'est hissée sur la scène internationale de la mode en s'appuyant sur des technologies de fabrication et des systèmes de gestion de la qualité de premier ordre.

Présente dans une douzaine de pays et régions, elle propose des services OEM et ODM à des détaillants et marques occidentales de vêtements haut de gamme pour femme. L'entreprise possède une usine d'environ 80 000 m² et emploie plus de 1 500 salariés. Elle enregistre un chiffre d'affaires annuel de 800 millions de yuans grâce à ses articles tricotés et tissés.

À PROPOS DE CENTRIC SOFTWARE

Depuis son siège dans la Silicon Valley et avec des bureaux dans les capitales du monde entier, Centric Software fournit une plateforme de transformation digitale pour les plus grands noms des secteurs de la mode, de la distribution, de la chaussure, des articles de luxe, des loisirs de plein air, du sport et des produits de grande consommation. Centric Visual Innovation Platform (VIP ou plateforme d'innovation visuelle) se compose d'un ensemble d'interfaces visuelles et intégralement digitales, conçues pour les appareils tactiles tels que l'iPad, l'iPhone et les écrans tactiles géants. Véritable révolution en matière de prise de décision et d'automatisation de l'exécution, Centric VIP réduit considérablement le délai de commercialisation et accroît la réactivité face aux nouvelles tendances. Centric 8, la plateforme PLM (Product Lifecycle Management ou gestion du cycle de vie des produits) de Centric qui a fait sa renommée, offre des fonctionnalités professionnelles de planification promotionnelle, de développement des produits, d'approvisionnement, de planification commerciale, de gestion de la qualité et des collections, adaptées aux industries de consommation en constante évolution. Les solutions Centric SMB fournissent aux petites entreprises des solutions PLM étendues, reposant sur les technologies innovantes de la société et les connaissances acquises au fil du temps.

Centric Software a reçu de nombreux prix de l'industrie récompensant sa solution PLM pour la vente au détail, la mode, les vêtements et les biens de consommation, dont le Frost & Sullivan Product Leadership Award en 2018, le Frost & Sullivan Global Product Differentiation Excellence Award en 2016, ainsi que le Frost & Sullivan Global Retail, Fashion and Apparel PLM Product Differentiation Excellence Award en 2012. Par ailleurs, Centric a fait partie du Top 100 Global de Red Herring en 2013, 2015 et 2016.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com