

PER DRY

極度乾燥(しなさい)
Superdry.

“IL PLM CAMBIA LE REGOLE DEL GIOCO”
COSTRUIRE UNA SOLIDA BASE
DI CRESCITA IN SUPERDRY

“Lavoravamo con Excel e con la posta elettronica, utilizzando letteralmente migliaia di fogli di calcolo diversi. Non avevamo a disposizione un'unica fonte di verità e le persone passavano più tempo a cercare informazioni che a lavorare su attività a valore aggiunto. Non c'era chiarezza ed era impossibile tenere traccia del numero di opzioni che stavamo realizzando durante lo sviluppo dei prodotti. Sapevamo che una piattaforma PLM ci avrebbe fornito la visibilità di cui avevamo bisogno per semplificare tale processo.”

Scott Robertson, Head of Central Merchandising di Superdry, spiega che la vecchia modalità di lavoro di questo fashion retailer non bastava a supportare l'esplosiva crescita globale e la strategia aziendale mirata del brand.

“Le aspettative dei consumatori sono determinate dai migliori leader digitali,” sostiene Scott. “La pressione per migliorare le prestazioni aziendali è più forte che mai. Non si può costruire una casa solida su fondamenta deboli; sapevamo di aver bisogno di una solida soluzione digitale per supportare l'eccellenza operativa e promuovere la crescita.”

Da quando è stato implementato Centric PLM (Product Lifecycle Management), Superdry ha conosciuto una sensazionale rivoluzione digitale. La società ha ottimizzato la sovrapposizione tra le sue collezioni all'ingrosso e al dettaglio per creare una gamma unificata, ha incrementato la puntualità e il numero di prodotti portati a completamento, passando dal 70% all'89%.

Come è stato possibile ottenere questo risultato?



“ IL NOSTRO TEAM DI SELEZIONE COMPRENDEVA UNA VASTA GAMMA DI UTENTI IN DIVERSI DIPARTIMENTI E OGNUNO DI LORO HA SCELTO CENTRIC COME SOLUZIONE PREFERITA. ”

BRAND BRITANNICO CON ISPIRAZIONE GLOBALE

Le origini di Superdry risalgono a Cult Clothing Co., azienda che, dopo la sua fondazione nel 1985, ha aperto negozi nelle principali città universitarie del Regno Unito. L'azienda ha inaugurato il suo primo negozio Superdry a Londra nel 2004. Il marchio si è prima esteso a livello nazionale e successivamente nel mondo, diventando famoso per l'abbigliamento high street contemporaneo e alla moda.

Le collezioni di abbigliamento uomo e donna, di calzature e di accessori di Superdry fondono il vintage americano e grafiche e testi di ispirazione giapponese con lo stile britannico. La società è presente oggi in 59 paesi con 695 punti vendita monomarca e nel 2018 ha registrato un fatturato di 1.6 milioni di sterline, suddiviso tra vendita al dettaglio, vendita all'ingrosso e e-commerce.

Superdry.com, il canale digitale di Superdry, vende i suoi prodotti in oltre 100 Paesi del mondo attraverso 21 siti Web internazionali. La politica sulle consegne di Superdry è una delle migliori sul mercato, grazie all'eccellente servizio clienti e alla semplice procedura di reso.

DEFINIRE LA TABELLA DI MARCIA

La ricerca di una soluzione PLM da parte di Superdry è iniziata nel momento in cui è parso evidente che i vecchi metodi e le procedure di lavoro erano ormai superati per l'azienda. Poiché i team dipendevano da una combinazione di e-mail, fogli Excel e altri documenti digitali, poteva succedere che informazioni cruciali andassero perdute o venissero commessi errori.

“Mancava chiarezza a livello di responsabilità per i dati di prodotto, e avere dati insufficienti si traduceva in onerose rielaborazioni manuali in tutte le divisioni,” dichiara Robertson. “Ruoli, responsabilità e processi erano difficili da definire, dato che le persone non disponevano della visibilità necessaria per approvare le decisioni che riflettevano l'orientamento previsto per ogni collezione. Il primo passo verso migliori modalità di lavoro è stato quello di definire i nostri processi di base.”

“Abbiamo superato la fase in cui avevamo due parti separate nella nostra azienda, vendita al dettaglio e vendita all'ingrosso,” continua Robertson. “Arrivavamo quasi a progettare due gamme separate, perché ogni scadenza era molto diversa e alcuni prodotti venivano duplicati.”

SFIDE

- + Errori, perdita di informazioni e spreco di tempo a causa del sistema basato su Excel ed e-mail
- + Mancanza di un'unica fonte di verità per i dati sui prodotti
- + Volontà di raggruppare vendita al dettaglio e vendita all'ingrosso in un'unica collezione
- + Mancanza di chiarezza a livello di responsabilità, ruoli e compiti
- + Scarsa visibilità sui prodotti in fase di sviluppo

“Abbiamo iniziato a raggruppare le gamme per il dettaglio e quelle per l'ingrosso in un'unica collezione, riducendo così il numero totale di opzioni create e adottando nuovi metodi di lavoro. L'acquisizione di un sistema PLM che sostenesse questo cambiamento era la tappa successiva del nostro percorso.”

PERCHÉ CENTRIC?

Superdry ha intrapreso un esaustivo processo di selezione finalizzato a scegliere un fornitore PLM. Nel 2017, l'azienda ha selezionato sette fornitori PLM per RFP e demo, quindi ha convocato i due favoriti per demo estese in presenza dei principali stakeholder. Alla fine, il team di selezione ha scelto Centric Software come partner PLM.

“La configurabilità di Centric PLM è stata un elemento essenziale per noi,” dice Robertson. “Centric ha anche credenziali impeccabili nel settore della moda, con una vasta esperienza nel PLM specifico per l'industria dell'abbigliamento. Poiché Centric implementa utilizzando un approccio flessibile e agile, avevamo la possibilità di procedere rapidamente con il progetto.”

“Per noi era importante trovare un sistema che gli utenti volessero effettivamente adottare. Il nostro team di selezione era composto da un'ampia rappresentanza di utenti appartenenti a vari reparti – designer, merchandiser, category manager, garment technologist, team di sourcing, team di produzione – e tutti hanno espresso la loro preferenza per la soluzione Centric.”

RISULTATI

- + Le collezioni al dettaglio e all'ingrosso unificate con successo, con conseguente riduzione del numero di opzioni in fase di sviluppo
- + Ha incrementato la puntualità e il numero di prodotti portati a completamento, passando dal 70% all'89%
- + Il team di design risparmia una settimana di fatica, quattro volte l'anno, semplicemente premendo un tasto
- + Un'unica fonte di verità migliora la visibilità tra tutti i reparti durante l'intera stagione



RISPARMIARE TEMPO E OTTIMIZZARE LE COLLEZIONI

Superdry ha dato il via all'implementazione dei moduli di base di Centric 8 PLM ed ha proseguito per fasi, rendendo il sistema pienamente operativo molto rapidamente.

“Abbiamo puntato sul progresso più che sulla perfezione,” spiega Robertson. “È importante mantenere l'attenzione sulle persone e su come si adattano alla curva di cambiamento. Il PLM fornirà i vantaggi preconizzati solo puntando su ciò che aggiunge valore al business.”

Superdry sta ancora incorporando nel sistema ruoli, responsabilità e operazioni chiave. Tuttavia, l'azienda sta già riscontrando vantaggi significativi.

“Non iniziamo più ogni stagione partendo da zero,” afferma Robertson. “Abbiamo una sola fonte di verità per i dati principali sui prodotti delle collezioni attuali e di quelle precedenti.”

“Dato che abbiamo razionalizzato e raggruppatto le nostre collezioni per la vendita al dettaglio e all'ingrosso, il numero complessivo di opzioni di stile è passato da circa 5.900 a 3.900.”

Dal punto di vista progettuale, Centric PLM ha trasformato il modo in cui le collezioni sono designate e sviluppate all'interno di Superdry.

“Prima al team di progettazione serviva fino a una settimana per prepararsi alle valutazioni, perché era necessario stampare tutto e creare degli storyboard,” spiega Robertson. “Tutto ciò è ora accessibile nel PLM semplicemente premendo un tasto, evitando al team una settimana di fatica quattro volte l'anno. Questo è un enorme miglioramento e possiamo, ad esempio, investire il tempo risparmiato nello sviluppo dei prodotti e nel design, aumentando la qualità e l'attenzione al dettaglio. La possibilità di collegarsi con Adobe Illustrator consente ai nostri designer di collaborare in modo più efficace e ai nostri category manager di usufruire di una maggiore visibilità sul processo di progettazione nel corso dell'intera stagione.”

Poiché il team Superdry prevede un continuo miglioramento dei KPI fondamentali e un'ulteriore sistematizzazione del business grazie a Centric PLM, tale strumento, conclude Robertson, fornirà a Superdry le basi di cui ha bisogno per una trasformazione digitale completa e per lo sviluppo futuro.

Il PLM è una svolta per la nostra attività. È un trampolino di lancio verso tante altre entusiasmanti aree di innovazione, dal design 3D alla personalizzazione. L'ottimizzazione della gamma, la pianificazione dell'assortimento e la previsione della domanda sono migliorati grazie a Centric PLM. Con una supply chain veramente digitale abbiamo la visibilità che ci serve per crescere e evolverci.”



INFORMAZIONI SU SUPERDRY

Superdry è una dinamica azienda moderna attenta a fornire prodotti di alta qualità che fondono il vintage americano e grafiche di ispirazione giapponese con lo stile britannico. I suoi prodotti si distinguono per la qualità dei tessuti, l'autenticità dei lavaggi vintage, l'estrema attenzione ai dettagli, l'unicità delle grafiche realizzate a mano e rinomate in tutto il mondo e la sartorialità dei tagli dei vari modelli. Questa marcata originalità ha assicurato al brand un fascino esclusivo, oltre che l'apprezzamento del jet set internazionale.

Superdry ha una significativa e crescente presenza nel mondo, operando tramite 695 punti vendita monomarca dislocati in 59 paesi. Ci sono 139 punti vendita diretti tra il Regno Unito e il resto d'Europa, 208 negozi in franchising e con licenza, tutti tranne uno, fuori del Regno Unito, e 168 affiliati.

Superdry.com vende in modo sicuro e protetto i propri prodotti in oltre 100 Paesi del mondo attraverso 21 siti Web internazionali. La politica di consegna di Superdry è una delle migliori sul mercato grazie all'eccellente servizio clienti e alla semplice procedura sui resi.

INFORMAZIONI SU CENTRIC SOFTWARE

Dalla sua sede nella Silicon Valley e dagli uffici nelle capitali di tendenza in tutto il mondo, Centric Software fornisce una piattaforma di trasformazione digitale per le aziende più prestigiose che operano nei settori della moda, del retail, delle calzature, dei prodotti per l'outdoor, dei beni di lusso e di largo consumo. Centric Visual Innovation Platform (VIP) è una raccolta di visual board completamente digitali, concepite per dispositivi touch-screen come iPad, iPhone e per schermi TV touch-screen di grandi dimensioni. Centric VIP trasforma il processo decisionale e ne automatizza l'esecuzione per ridurre notevolmente il time to market e gli scostamenti dai trend. Centric 8, la piattaforma PLM (Product Lifecycle Management) di punta dell'azienda, offre funzionalità per il merchandise planning, lo sviluppo di prodotti e materiali, il sourcing e la collaborazione fornitori, la qualità e compliance e la gestione di cataloghi di vendita e presa ordini, personalizzate per i dinamici settori dei beni di consumo. I pacchetti Centric SMB ampliano l'offerta PLM di Centric Software includendo tecnologie innovative e importanti best practice di settore, specifiche per le aziende di piccole dimensioni.

Centric Software ha ricevuto numerosi industry award, tra cui il Product Leadership Award di Frost & Sullivan nella categoria Retail, Fashion and Consumer Goods PLM nel 2018 e il Global Retail, Fashion and Apparel PLM Product Differentiation Excellence Award di Frost & Sullivan nel 2016 e nel 2012. Red Herring ha incluso Centric tra le prime 100 società al mondo nel 2013, 2015 e 2016.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com

© 2018 Centric Software Inc. Tutti i diritti riservati. Centric è un marchio registrato di Centric Software. Tutti gli altri marchi e nomi di prodotto sono marchi dei rispettivi proprietari.