

AMARO

**A AMARO ACELERA RUMO AO FUTURO
COM O PLM DA CENTRIC**

**MARCA PIONEIRA DE MODA DIGITAL TRANSFORMA O
DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS**



 CentricSoftware™

©2019 Centric Software Inc. Todos os direitos reservados.

“À medida que os volumes dos produtos aumentam, fica mais difícil controlar processos e prazos e também determinar quais áreas devem ser otimizadas e onde estamos desperdiçando tempo e energia.”

Anay Zaffalon, chefe de produtos da AMARO, explica que a marca de moda jovem e digitalmente orientada está crescendo em um ritmo acelerado, e planilhas e compartilhamento de arquivos não são mais adequados para uma empresa que determina o ritmo da moda baseada em tecnologia no Brasil e em outros países. A AMARO quer dar aos seus colaboradores as melhores ferramentas digitais para colaborar e desenvolver produtos.

Agora, com a implementação da solução de gestão de ciclo de vida de produtos (PLM) para moda da Centric Software, a AMARO transformou a integração e a consistência de dados entre as equipes com uma única fonte de verdade para todos os dados dos produtos, promovendo eficiência em todo o ciclo de vida dos produtos.

Como o AMARO mudou para uma nova maneira de trabalhar com o PLM para moda da Centric?

IMPACTO NA MODA COM TECNOLOGIA

Fundada em 2012 em São Paulo, Brasil, a AMARO é uma marca inovadora de roupas femininas para venda on-line. A AMARO, que se considera uma empresa de tecnologia mais que uma empresa de moda, foi pioneira em um modelo de negócios on-line direto ao consumidor, líder em moda no Brasil e no mundo inteiro. A marca remove muitas etapas de “intermediários” do modelo tradicional de varejo de moda para vender as últimas tendências internacionais a preços disruptivos pelo site www.amaro.com e seus aplicativos móveis.

A AMARO também oferece um serviço personalizado em 16 lojas-guia digitalmente imersivas em todo o Brasil. Essas lojas físicas complementam a presença on-line da AMARO, permitindo que os clientes experimentem fisicamente as amostras de roupas e encomendem produtos para entrega a partir de um estoque central. A cada semana, a AMARO lança produtos novos com a finalidade de proporcionar um fluxo constante e de alta qualidade das últimas tendências da moda para o seu exigente público digital e lança aproximadamente 10.000 novos estilos todos os anos.

LIDAR COM ALTOS VOLUMES DE DADOS

Como explica Zaffalon, a AMARO integra uma tecnologia sofisticada em toda a cadeia de suprimentos, e o uso avançado de dados pela empresa promove sua capacidade de responder aos clientes.

“Nós fornecemos aos nossos clientes o melhor produto ao preço o mais justo. Nossos clientes estão no coração do negócio e escutam o que eles querem. Ao contrário do modelo mais tradicional, em que as empresas mostram as tendências para os clientes, o cliente determina o que será criado. Eles são coautores da marca. Utilizamos a inteligência de dados para simplificar nossos processos de negócios com o objetivo de fornecer exatamente o que o cliente deseja.”

Com equipes da AMARO gerenciando volumes de dados cada vez mais altos relacionados com os desejos dos clientes e novos produtos em desenvolvimento para lançamentos semanais, ficou claro que os sistemas existentes não podiam lidar com a quantidade total de informação com a qual as equipes precisavam lidar.

“Nosso objetivo é fornecer aos nossos clientes digitalmente nativos um fluxo constante, rápido e fácil de produtos da última moda de alta qualidade”, disse Conrado Depoian, gerente de produtos da AMARO. “Quando você examina detalhadamente o ciclo de vida de um único produto, percebe que ele é imenso. Da ideia ao projeto e à jornada internacional para conhecer as tendências até chegar ao pedido final — há muitas etapas neste processo, e muita informação a abordar.”

Esse processo costumava se basear 100% em planilhas, mas a transparência e a consistência dos dados passaram a ser um problema quando a AMARO cresceu rapidamente.

“Cada equipe organizou a informação para satisfazer às suas próprias necessidades; portanto, tentar obter dados, fazer um relatório ou desenvolver um processo controlado era difícil devido à falta de consistência em toda a organização”, disse Milene Brunetti, gerente de categoria de produto da AMARO.

“À medida que nossa equipe cresce e o número de estilos que comercializamos continua a aumentar, essa maneira de trabalhar rapidamente se torna incontrolável”, acrescentou Zaffalon.

“Sabíamos que o PLM daria a todas as equipes um ponto de referência para consulta



A CENTRIC NOS DÁ VISIBILIDADE QUANTO A LANÇAMENTOS, PRODUTOS, LOCALIZAÇÃO, CUSTEIO E OS DIFERENTES TIPOS DE MATERIAIS UTILIZADOS EM CADA PRODUTO. ESSA VISIBILIDADE É O MAIOR BENEFÍCIO DO PLM DA CENTRIC.



DESAFIOS

- + Crescimento rápido, trazendo um aumento em equipes e produtos
- + Tempo de comercialização super-rápido, com lançamentos semanais de produtos
- + Necessidade de lidar com os altos volumes de produtos e dados de varejo de forma eficaz
- + Falta de transparência e consistência de dados com planilhas
- + Necessidade de integrar dados e sistemas em todo o ciclo de vida do produto

ao gerenciar lançamentos de produtos, o progresso no desenvolvimento de produtos, custos e materiais.”

ESCOLHA DE UMA SOLUÇÃO INOVADORA

A AMARO nasceu on-line e integra uma tecnologia sofisticada em toda a cadeia de suprimentos; portanto, a escolha de uma solução de PLM inovadora e voltada para o futuro foi um passo natural para a evolução da empresa. A AMARO procurou uma solução de PLM que pudesse gerenciar todos os elementos do ciclo de vida do produto, oferecer as melhores práticas do setor e ser intuitiva e de fácil utilização por parte da sua força de trabalho jovem e digitalmente nativa.

“Como empresa de tecnologia, nós nos esforçamos para ter as soluções mais inovadoras em todas as áreas do negócio”, disse Zaffalon. “Escolhemos a Centric para obter o controle dos nossos processos e ter uma única fonte da verdade.”

“Escolher a Centric foi uma decisão bastante orgânica”, continuou ela. “Para nós, não há nada mais natural do que ter a melhor tecnologia para nossos produtos. A Centric está focada exclusivamente no PLM, para que possamos ter certeza de que a empresa está colocando toda a sua energia e investimento em tornar seu software o melhor do setor.”

“Como a Centric funciona on-line, podemos acessá-lo em qualquer lugar – enquanto estamos visitando fornecedores, ou fora do país”, continuou ela. “Essa mobilidade é muito importante para nós. Nosso modelo de negócio depende de um tempo extremamente curto de introdução no mercado, por isso queríamos colocar o maior número de nossas equipes e parceiros de cadeia de suprimentos possível no PLM para acelerar o processo de lançamento de produtos. A Centric é a ferramenta mais completa que nos permite fazer isso.”

Como acrescentou Brunetti, a interface amigável da Centric e a abordagem voltada para o futuro são benefícios essenciais para a AMARO.

“O PLM de moda da Centric é muito intuitivo e simples de usar”, disse ela. “Qualquer pessoa envolvida no desenvolvimento de produtos pode navegar facilmente através dele. Na AMARO, sempre pretendemos inovar e modernizar. O PLM de moda da Centric se encaixa na nossa cultura e nos permite gerenciar todos os aspectos das coleções em um único sistema.”

DADOS CONFIÁVEIS, CONSISTENTES E ESTRUTURADOS

A AMARO foi a primeira empresa de moda no Brasil a implementar o PLM de moda da Centric, reforçando seu status na vanguarda da tecnologia e da moda. A AMARO escolheu a Centric em outubro de 2018 e concluiu sua implementação em apenas alguns meses.

“Os principais benefícios do PLM da Centric para nós são a confiabilidade dos dados, o histórico de revisões, o controle sobre quem acessa quais informações e a facilidade de integração com outros sistemas”, disse Depoian. “A integração proporciona à AMARO uma vantagem competitiva, já que o design do produto agora está totalmente integrado ao nosso sistema de planejamento de recursos empresariais (ERP), que lida com aquisições e produção. As equipes que trabalham com esses sistemas estão em locais separados, mas agora não existe quebra na comunicação. Elas criam um novo design no PLM e ele aparece automaticamente no sistema ERP, o que economiza tempo.”

“A AMARO presta muita atenção à experiência do cliente, e parte desta experiência, desde a facilidade da compra até a rapidez da entrega, é a qualidade do produto final”, continuou ele. “À medida que continuamos a crescer e lançar novos produtos o tempo todo, o PLM para moda da Centric nos ajuda a melhorar a agilidade do processo de desenvolvimento de produtos para que possamos continuar a fornecer um alto volume de produtos de qualidade para o cliente.”

Como observou Zaffalon, o PLM para moda da Centric quase substituiu planilhas por completo e está transformando a maneira como as pessoas trabalham diariamente na AMARO.



“Hoje posso ver tudo em um só lugar. A Centric nos dá visibilidade quanto a lançamentos, produtos, localização, custeio e os diferentes tipos de materiais utilizados em cada produto. Essa visibilidade é o maior benefício do PLM para moda da Centric. Temos mais consistência na informação compartilhada entre diferentes equipes e produtos, para que possamos entender melhor a informação internamente e nos comunicarmos de forma mais consistente com os fornecedores.”

“Também estamos usando o PLM para moda da Centric para marcação de produtos e previsão de demanda. Isso é algo muito exclusivo que ninguém mais está fazendo.”

SINERGIA ENTRE DUAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA

A AMARO tem expectativas elevadas para o futuro. Com a implementação do PLM da Centric, a AMARO está configurada para experimentar uma integração sem precedentes entre equipes e processos, desde o design até a produção e o varejo.

“Esperamos otimizar nossos processos reduzindo consideravelmente a duplicidade de dados, os erros e o tempo gasto na procura de informação”, disse Zaffalon. “Transferir nossos processos altamente integrados para a Centric proporcionará agilidade desde o planejamento até a entrega. Agora, concentramos nosso tempo em fabricar produtos de qualidade. Todos ganham – a empresa, o cliente, o colaborador.”

“Vemos muitas oportunidades à frente, já que a AMARO e a Centric são duas empresas de tecnologia com muita sinergia. Estamos ansiosos para inserir novos recursos no PLM da Centric que beneficiarão nossa empresa e outros clientes da Centric. Eu realmente acredito que a Centric é a melhor solução de PLM do mercado.”

RESULTADOS

- + Processos simplificados, informações precisas e acompanhamento de revisões
- + A integração entre o PLM e outros sistemas de software traz maior eficiência
- + Completa visibilidade em todo o processo de desenvolvimento de produtos
- + Fonte única da verdade para todos os usuários
- + Formas inovadoras de usar o PLM para agregar mais valor (previsão de demanda)

AMARO GUIDE SHOP



SOBRE A AMARO

AMARO é uma marca de moda digital nativa e empresa de tecnologia com a missão de capacitar os seres humanos para expressar seu lado autêntico.

Com roupas femininas, acessórios e calçados projetados originalmente, a AMARO aplica tecnologia desde o design do produto até entrega em casa e investe em inteligência de dados dentro das suas plataformas para entender melhor a jornada do cliente.

A AMARO vende por distribuição omnichannel em amaro.com, aplicativos móveis e por meio de lojas-guia físicas digitalmente imersivas.

SOBRE A CENTRIC SOFTWARE

De sua sede em Silicon Valley, Centric Software fornece uma plataforma de transformação digital para as mais renomadas empresas de moda, varejo, calçado, artigos de luxo, itens para atividades ao ar livre e bens de consumo. A principal plataforma de gestão de ciclo de vida de produtos (Product Lifecycle Management, PLM) da Centric, a Centric 8, proporciona funcionalidades corporativas de planejamento de mercadorias, desenvolvimento de produtos, aquisição, qualidade e gestão de coleções, feitas sob medida para setores de consumo que passam por mudanças rápidas. O Centric SMB conta com recursos inovadores de PLM, e os principais ensinamentos do setor, para empresas emergentes. Centric Visual Innovation Platform (VIP) oferece uma nova experiência transformadora totalmente visual e digital para a tomada de decisões e colaboração e inclui o Painel de Compras Centric para transformar as sessões de compras internas e maximizar a valor de varejo e o Painel de Conceito Centric para impulsionar a criatividade e desenvolver conceitos de produtos. Todas as inovações da Centric reduzem o tempo de lançamento no mercado, aumentam a inovação de produtos e reduzem custos.

Dassault Systèmes (Euronext Paris: # 13065, DSY.PA), líder mundial em software de projeto 3D, modelos digitais 3D e soluções de PLM tem participação majoritária em Centric Software.

Centric Software recebeu numerosos prêmios e reconhecimentos do setor, inclusive sendo nomeada pela Red Herring na sua lista Top 100 Global em 2013, 2015 e 2016. Centric também recebeu vários prêmios de excelência da Frost & Sullivan em 2012, 2016 e 2018.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com