



**OPTIMIZANDO EL RENDIMIENTO DEL
PRODUCTO EN MARC JACOBS CON EL
PLM DE CENTRIC**

MARC JACOBS

UN POCO DE LUJO CADA DÍA

Marc Jacobs hace las cosas de forma distinta. Tanto el hombre que se esconde tras la marca –un auténtico inconformista de la moda contemporánea– como la propia empresa, Marc Jacobs International, comparten un nombre que se ha convertido en sinónimo de un estilo urbano único y transgresor. Como afirma James Earles, Director de aplicaciones empresariales, «el centro de Nueva York está en nuestro ADN de forma transgresora».

La marca se fundó en 1984, cuando Marc Jacobs se convirtió en el diseñador más joven en ganar el premio New Fashion Talent (Nuevo talento de la moda) otorgado por el Consejo de diseñadores de moda de Estados Unidos. Entre 1997 y 2013, Marc Jacobs también fue director artístico de Louis Vuitton. Hoy día, la marca forma parte del grupo de lujo LVMH.

El amor incondicional de Marc Jacobs por la moda y por la cultura joven son los principales valores de nuestra marca.

En los últimos 30 años, el estilo de la marca ha adquirido pinceladas de humor con un toque inesperado.

Queremos que nuestro entusiasmo esté al alcance de todo el mundo.

Marc Jacobs es una figura excepcional que nadie puede igualar.



GENUINAMENTE IMPREDECIBLE

Marc Jacobs es una casa de moda emblemática que se sitúa al frente de las tendencias, creando oportunidades de estilo en lugar de capitalizarlas. Para mantenerse en la vanguardia, LVMH permite a Marc Jacobs dar rienda suelta a su desbordante creatividad, acordando a cada división la autonomía suficiente para redefinir y reinventar continuamente sus productos y procesos.

En la práctica, esto implica que los distintos equipos de la marca trabajan de manera independiente, compartiendo una visión común, pero empleando herramientas y técnicas muy diferentes. Sin embargo, esto se convirtió en todo un reto en 2014, cuando la división de calzado –cuyo diseño y desarrollo se realizaban externamente– se reincorporó en la sede de la marca, situada en el barrio del SoHo.

«Todas nuestras categorías de producto son complicadas, pero el calzado es algo completamente distinto», afirma Louise Neslin, Directora senior de PLM y Análisis. «Tenemos dos líneas de calzado, cada cual diseñada por su lado: la primera tiene cuatro temporadas de colecciones y, la otra, tres. Los tiempos de producción son más largos en el calzado y, además, la estacionalidad del mercado se produce mucho antes que en otras categorías. Por este motivo, los procesos de planificación de líneas, de comercialización y de desarrollo de productos deben completarse mucho antes en el calzado que en la ropa o los accesorios.»

Teniendo en cuenta estas diferencias, pronto se puso de manifiesto que trasladar el calzado a la producción interna no sería tan fácil como alinear sus procesos con los de otras categorías de producto.



No puedo dejar de recalcar lo eficientes que nos hemos vuelto desde que nos cambiamos al PLM.



Desafíos

- + Datos de producto desorganizados
- + Errores de usuario significativos y duplicación del trabajo
- + Incapacidad para añadir los procesos específicos del calzado a los sistemas existentes
- + No existen librerías o historial de productos centralizados
- + Un calendario estacional complejo con largos tiempos de comercialización

UNA SOLUCIÓN MEJOR

El equipo de Marc Jacobs se dio cuenta de que, dados los requisitos especiales de su división de calzado, traer un entorno de trabajo de otras categorías no era una solución viable. Tampoco iba a ser posible seguir usando los sistemas que se habían estado utilizando para el calzado externalizado; todo el proceso, desde el diseño y el desarrollo hasta el abastecimiento, se registraba en hojas de cálculo y no existía ninguna biblioteca o historial de productos centralizado.

«Necesitábamos mejorar la precisión de los datos y el intercambio de información en nuestra división de calzado y, al mismo tiempo, afrontábamos numerosas limitaciones con los sistemas de las demás categorías», explica James Earles. «Por aquel entonces, las hojas de ruta de aquellas otras soluciones no eran compatibles y los procesos de desarrollo de productos que habíamos construido para otras categorías eran muy distintos de lo que necesitábamos para el calzado. Buscábamos dos cosas: una solución mejor y la manera de optimizar los procesos de negocio en nuestra nueva categoría de producto.»

DOS CRITERIOS: LAS REFERENCIAS Y LA CONFIGURABILIDAD

En lugar de intentar adaptar el calzado a las soluciones existentes, Marc Jacobs se puso a investigar sobre el potencial de la última generación de soluciones PLM. Y aunque por aquel entonces LVMH recomendaba varias tecnologías en su grupo, Marc Jacobs optó por un enfoque distinto y empezó a evaluar el mercado según los criterios que más les importaban: la configurabilidad del software y sus referencias en la moda y le calzado.

«Creo que Centric Software tiene una posición única en el mercado del PLM para la moda», confiesa Regis Litre, Director de Información. «Cuando restringimos nuestra búsqueda a los actores clave del PLM y elegimos solamente a los que tuvieran experiencia en la moda, la lista de socios potenciales se redujo considerablemente. Y al centrarnos en los que tenían una hoja de ruta clara, reuniendo referencias de calidad y un buen servicio técnico, nos acabamos decantando por Centric. Ofrecen lo mejor de los dos entornos: un verdadero conocimiento de la moda, asociado con un alto nivel de profesionalidad en términos de software y servicio técnico. No es fácil encontrar esta combinación.»

La competencia del software no solo era importante para los equipos técnicos de Marc Jacobs, ya que, al poder configurarlo en lugar de personalizarlo, el PLM de Centric podía adaptarse a las necesidades concretas de los usuarios finales. «Centric admitía cualquier tipo de información que quisiéramos incluir en el sistema», declara Louise Neslin. «Desde los componentes hasta las características, pasando por las imágenes; la capacidad de reunir los datos esenciales en un mismo sitio –tener una única versión precisa de la realidad– era muy útil para los nuevos usuarios. Y, según mi experiencia, las demás soluciones no son tan ajustables.»

UNA IMPLEMENTACIÓN INTELIGENTE

El proyecto de PLM de Marc Jacobs con Centric siguió un calendario de implementación progresivo y, hoy día, la marca ha instalado la solución en los departamentos de comercialización, desarrollo de productos, producción y logística, permitiendo la colaboración entre las oficinas de la empresa en Nueva York y Hong Kong.

Tres años más tarde, la asociación entre Marc Jacobs y Centric sigue siendo sólida y ambos trabajan mano a mano para extender la huella del PLM en la industria del calzado. «Estamos encantados con la solución», afirma Neslin. «Procuramos ir sacando los procesos alojados en otras plataformas e integrarlos en el PLM y Centric ha sido capaz de albergarlos todos.»

DEL CORREO ELECTRÓNICO A UNA EFICIENCIA EXPONENCIAL

Aunque la marca sigue explorando el potencial del PLM, Marc Jacobs ya ha obtenido resultados de su asociación con Centric, y el futuro de su departamento de calzado es más optimista que nunca.

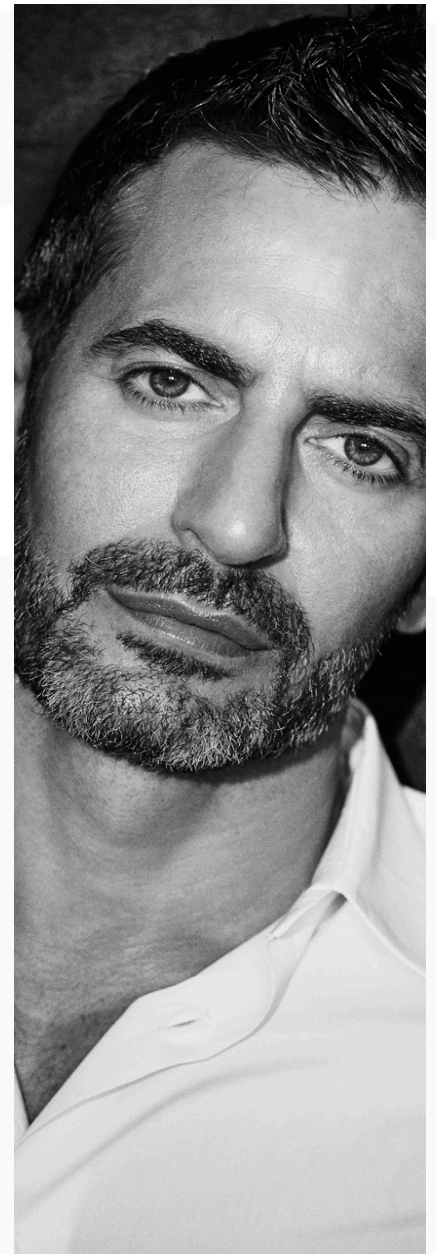
«No puedo dejar de recalcar lo eficientes que nos hemos vuelto desde que nos cambiamos al PLM», insiste Neslin. «Nuestra información está mucho más organizada y hemos reducido ampliamente los errores de usuario. No era solo una cuestión de dejar atrás las hojas de cálculo, sino de mejorar el sistema; desde las imágenes hasta las vistas personalizadas, pasando por la colaboración con los socios extranjeros, nuestra eficacia es exponencialmente mejor de lo que habría sido con Excel y el correo electrónico.»

Tanto en los equipos internos como en los externos, los usuarios finales encuentran un valor añadido, aunque no exista una forma clara de contabilizarlo. «Los resultados no son siempre numéricos por el simple hecho de que contemos con una información clara y precisa; se pueden producir ahorros que a veces no es posible medir», prosigue Neslin.

Sin embargo, la mayoría de los beneficios de Marc Jacobs son más concretos y tienen una mayor visibilidad sobre el proceso de cálculo de costes en fase temprana, que constituye una herramienta transformadora en una categoría que depende de la acción temprana.

«Usar Centric para nuestro cálculo de costes ha sido un punto de inflexión que nos ha permitido preparar el calzado para el mercado», recalca Neslin. «Podemos estimar y reunir estrategias de precios, pero, hasta que no recibamos las actualizaciones precisas de presupuesto por parte de nuestro equipo de desarrollo de productos, no podemos evaluar realmente nuestra rentabilidad y crear colecciones bien acabadas. Con el PLM, se puede publicar cada actualización del desarrollo de un producto, y ésta queda automáticamente visible para el equipo de comercialización y todo aquel que lo necesite. La rápida introducción de datos y el rápido intercambio de información han tenido un impacto realmente positivo en nuestro tiempo de comercialización, y es algo que no tendríamos de no ser por Centric.»

Pero los beneficios para las nuevas colecciones van mucho más lejos que encontrar una estructura de costes adecuada. Los equipos de diseño y desarrollo de productos de Marc Jacobs también han encontrado un gran valor en las bibliotecas reutilizables. «En la industria del calzado, cambiamos constantemente las líneas de producto, así que necesitamos revisar nuestro historial para encontrar los estilos que han funcionado bien en el pasado», dice Neslin. «Tener acceso a bibliotecas de colores y materiales, y ser capaces de usar la información de los estilos usados en las temporadas anteriores para crear nuevas colecciones, son cosas que nuestro equipo de desarrollo de productos ha recibido con los brazos abiertos.»



Resultados

- + Toda la información del producto está almacenada en un solo sistema, de manera precisa
- + Reducción drástica de los errores de usuario y las reelaboraciones
- + Una solución configurable y compatible con una amplia gama de procesos específicos del calzado
- + Un historial de productos centralizado y bibliotecas de colores, materiales y estilos reutilizables.
- + Mejora del tiempo de comercialización, con un cálculo de costes más preciso



SOBRE MARC JACOBS

Después de 30 años de actividad, Marc Jacobs sigue trazando abiertamente los límites de la moda estadounidense. Los rasgos indefinibles de su marca homónima son el resultado de una perspectiva única, extraordinariamente sincera y directa.

Marc Jacobs sigue explorando la belleza de lo inesperado, y nos transmite el lujo que está presente en el día a día. En el núcleo de los valores empresariales está la creencia de que cada cual es la estrella de su propia película y, gracias al placentero ritual de la moda, el maquillaje y el perfume, podemos ayudar a definir nuestra individualidad y personalidad.

Marc Jacobs sigue ofreciendo su moda y sus accesorios a través de un amplio abanico de posibilidades de acceso, sin comprometer la sinceridad y la integridad de la marca.

ACERCA DE CENTRIC SOFTWARE

Desde su sede central en Silicon Valley y sus oficinas en las capitales más importantes de todo el mundo, Centric Software desarrolla tecnología para las marcas más prestigiosas de moda, venta al por menor, calzado, artículos de lujo, material deportivo y bienes de consumo. Su plataforma insignia de gestión del ciclo de vida del producto (PLM), Centric 8, presta servicios de plan de colecciones, desarrollo de productos, abastecimiento, plan de negocio, calidad y gestión de colecciones, adaptándose a distintos segmentos de la industria de los bienes de consumo. El paquete de Centric de PLM para PYMES incluye tecnología innovadora y conocimientos clave del sector adaptados a las pequeñas empresas.

Centric Software ha recibido una gran cantidad de premios de la industria, incluyendo el premio internacional Frost & Sullivan 2016 a la Excelencia en la Diferenciación del Producto para PLM de Retail, Moda y Ropa y el premio internacional Frost & Sullivan 2012 a la Excelencia en la Diferenciación del Producto para PLM de Retail, Moda y Ropa. Red Herring incluyó a Centric en su lista Top 100 Global en 2013, 2015 y 2016.

Centric es una marca registrada de Centric Software. Todas las demás marcas y nombres de productos pueden ser marcas registradas de sus respectivos propietarios.

 CentricSoftware™



Avinguda Diagonal 640 | 6.ª planta | 08017 Barcelona | España
Teléfono: +34 93 228 7806 | Fax: +34 93 228 7899
www.centricsoftware.com