



 CentricSoftware™

**MARC JACOBS OTTIMIZZA
LE PERFORMANCE DEI PRODOTTI
CON LA SOLUZIONE CENTRIC PLM**

MARC JACOBS

UNA PICCOLA DOSE DI LUSSO OGNI GIORNO

Marc Jacobs non fa le cose come tutti gli altri. Dall'uomo che ha creato il brand, uno degli stilisti contemporanei più originali, all'azienda Marc Jacobs International, questo nome evoca uno stile urbano esclusivo, fuori dagli schemi. O, per dirla come James Earles, Director of Enterprise Applications: "La downtown di New York è intrinsecamente e indiscutibilmente connessa nel nostro DNA".

Il marchio è nato nel 1984, quando Marc Jacobs è diventato il più giovane stilista ad essere insignito dell'ambito premio New Fashion Talent Award, messo in palio dal Council of Fashion Designers of America. Dal 1997 al 2013, Jacobs ha anche ricoperto il ruolo di direttore artistico di Louis Vuitton e oggi l'etichetta Marc Jacobs è entrata stabilmente a far parte del Gruppo del lusso LVMH.

L'amore incondizionato di Marc Jacobs per la moda e per la cultura giovanile sono al centro dei valori del marchio.

Da trent'anni lo stile della maison si contraddistingue per un innato senso dell'umorismo, caratterizzato da qualche tocco di imprevedibilità.

"Desideriamo condividere con tutti questa vibrante energia" è l'appello all'autenticità di questa casa di moda.

Marc Jacobs è ciò che nessun altro è o può essere.

AUTENTICAMENTE IMPREVEDIBILE

In quanto azienda emblema della moda, Marc Jacobs è sempre in prima linea nel fare tendenza, creando delle opportunità di stile piuttosto che basarsi su quelle esistenti. Per salvaguardare questo aspetto, LVMH lascia libero sfogo alla "creatività esuberante" di Marc Jacobs, lasciando ad ogni divisione l'autonomia di ripensare e reinventare costantemente i propri prodotti e processi.

In pratica ciò significa che i diversi team del marchio lavorano in maniera pressoché indipendente, condividendo una visione comune, ma impiegando spesso tecniche e strumenti molto diversi fra loro. Nel 2014 questo aspetto si è trasformato in sfida allorché la divisione calzature, il cui design e sviluppo veniva in precedenza demandato all'esterno, è stata reintegrata nella sede centrale del brand a SoHo.

"Tutte le nostre categorie di prodotti presentano delle complessità, tuttavia le calzature sono un caso totalmente a parte", afferma Louise Neslin, Senior Manager of PLM and Analytics. "Abbiamo due linee, ognuna delle quali viene disegnata separatamente: una con quattro collezioni stagionali, l'altra con tre. Per le calzature i lead time sono più lunghi che per tutti gli altri prodotti, inoltre, nei nostri mercati la stagionalità è molto più anticipata rispetto alle altre categorie. Ne consegue che per le calzature, i processi di pianificazione della linea, del merchandising e di sviluppo dei prodotti devono essere portati a termine molto prima che per l'abbigliamento o gli accessori".

Considerando queste differenze, è risultato subito evidente che il reintegro delle calzature in-house non si sarebbe risolto con un semplice allineamento dei processi a quelli delle altre categorie di prodotti.



“ Non sottolineerò mai abbastanza quanto tutto ciò che facciamo sia diventato più e ciente da quando siamo passati al PLM Centric Software ”

Sfide

- + Dati dei prodotti disorganizzati
- + Rischio di errori significativi da parte degli utenti e di duplicazione del lavoro
- + Impossibilità di aggiungere i processi specifici del settore calzature ai sistemi esistenti
- + Assenza di librerie centralizzate e della cronologia dei prodotti
- + Calendario stagionale complesso e time-to-market esteso

UNA SOLUZIONE DI LIVELLO SUPERIORE

Come constatato dal team, proprio in virtù dei requisiti esclusivi della divisione calzature di Marc Jacobs, l'adozione dell'ambiente di lavoro delle altre categorie non era una soluzione praticabile. Inoltre non era più possibile continuare a utilizzare i sistemi impiegati in precedenza, quando le calzature erano esternalizzate: tutto, dal design, allo sviluppo, all'approvvigionamento, veniva gestito con fogli di calcolo e non esistevano librerie o cronologie centralizzate dei prodotti.

"Avevamo l'esigenza di migliorare l'accuratezza dei dati e la condivisione delle informazioni nella nostra divisione calzature ma, allo stesso tempo, dovevamo far fronte a una serie di limitazioni poste dai sistemi in uso per le altre categorie", spiega James Earles. "In quel momento, le roadmap delle altre soluzioni non erano ben supportate e i processi di sviluppo che avevamo definito per le altre categorie erano decisamente diversi da ciò che ci serviva per le calzature. Di fatto volevamo soddisfare due condizioni: disporre di una soluzione di livello superiore e di un modo per poter semplificare e migliorare realmente i processi aziendali della nostra più recente categoria di prodotti".

DUE CRITERI: REFERENZE E CONFIGURABILITÀ

Anziché cercare di adattare la divisione calzature alle soluzioni esistenti, Marc Jacobs ha iniziato ad analizzare le potenzialità delle soluzioni PLM di ultima generazione. Benché LVMH avesse raccomandato l'uso a livello di gruppo di una serie di tecnologie, Marc Jacobs ha scelto di seguire un approccio diverso, iniziando a valutare il mercato sulla base dei criteri che l'azienda considerava più importanti: configurabilità del software e referenze nel settore moda e calzature.

"Ritengo che Centric Software occupi una posizione esclusiva nel mercato delle soluzioni PLM per la moda", afferma Regis Litre, Chief Information Officer. "Restrizzando il mercato ai soli fornitori di soluzioni PLM e prendendo quindi in considerazione solo quelli che vantavano una competenza specifica per il mondo della moda, l'elenco dei potenziali partner è risultato molto limitato. Concentrandoci ulteriormente su quelli che presentavano una roadmap chiara, ottime referenze per il settore dei beni di lusso e offrivano un supporto efficiente, la scelta non poteva che cadere su Centric che sa coniugare il meglio dei due aspetti: una conoscenza reale del settore della moda unita a una professionalità di alto livello per quanto riguarda il software e l'IT. È una combinazione piuttosto rara".

Questa competenza in materia di software si è rivelata preziosa non soltanto per i team tecnici di Marc Jacobs, infatti la configurazione, e non la personalizzazione, ha permesso di adattare la soluzione PLM Centric alle peculiari esigenze degli utenti finali. "La soluzione Centric era in grado di gestire tutte le informazioni che desideravamo integrare nel sistema", dichiara Louise Neslin. "Dai componenti, alle specifiche, alle immagini: la capacità di convogliare tutti i dati essenziali in un solo luogo al fine di ottenere un'unica versione attendibile della verità, si è rivelata molto utile per accogliere i nuovi utenti. E, per mia esperienza, le altre soluzioni non sono altrettanto flessibili".

UN'IMPLEMENTAZIONE INTELLIGENTE

Il progetto PLM di Marc Jacobs con Centric è stato sviluppato secondo un piano articolato in varie fasi e oggi il marchio ha implementato la soluzione per il merchandising, lo sviluppo dei prodotti, la produzione e la logistica, e la collaborazione tra gli uffici di New York e Hong Kong.

A distanza di tre anni, la partnership tra Marc Jacobs e Centric continua ad essere solida e le parti collaborano per espandere la soluzione all'interno della divisione calzature. "La soluzione ci soddisfa pienamente", afferma Neslin. "Individuiamo continuamente nuove opportunità per estrarre i processi dalle altre piattaforme e integrarli nella soluzione PLM, e Centric è sempre stata in grado di farlo con successo".

DALL'E-MAIL ALL'AUMENTO ESPONENZIALE DELL'EFFICIENZA

Sebbene il marchio stia continuando ad esplorare le potenzialità della soluzione PLM, Marc Jacobs ha già ottenuto risultati dalla propria partnership con Centric e il futuro della sua divisione calzature è più roseo che mai.

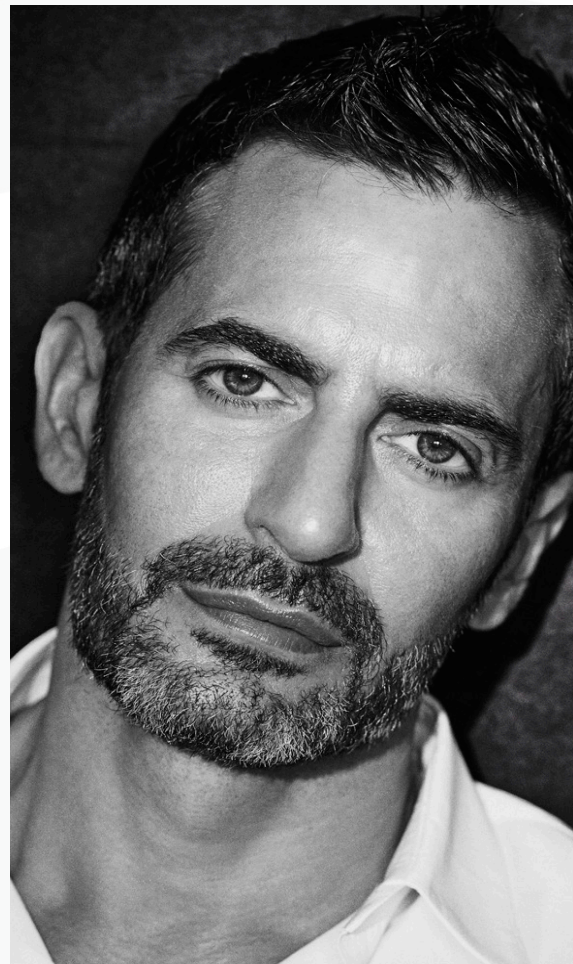
"Non sottolineerò mai abbastanza quanto tutto ciò che facciamo sia diventato più efficiente da quando siamo passati al PLM", afferma Neslin. "Le nostre informazioni sono molto più organizzate e abbiamo ridotto considerevolmente il rischio di errori da parte degli utenti. Non si trattava soltanto di andare oltre i fogli di calcolo, ma anche di trovare una soluzione migliore; dalle immagini alle viste personalizzate, fino alla collaborazione con i partner all'estero, la nostra efficienza ha subito una crescita esponenziale, che non avrebbe mai potuto verificarsi se avessimo continuato ad usare Excel e le e-mail".

Sia a livello nazionale così come all'estero, gli utenti finali continuano a riscontrare valore anche laddove non esiste un modo preciso per misurarlo. "I risultati non si valutano sempre e soltanto in termini numerici, il fatto di disporre di informazioni chiare e precise è all'origine di risparmi significativi che non sono necessariamente quantificabili", aggiunge Neslin.

Molti dei vantaggi ottenuti da Marc Jacobs sono tuttavia più concreti, come disporre di maggior visibilità sul critico processo di stima precoce dei costi, considerato uno strumento di profonda trasformazione in una categoria nella quale è essenziale poter anticipare le attività.

"L'uso di Centric per i costi ha letteralmente cambiato le carte in tavola, aiutando la divisione calzature a prepararsi al mercato", afferma Neslin. "Possiamo stimare ed elaborare strategie di prezzi ma, finché non riceviamo aggiornamenti precisi sui costi dal team di sviluppo, non siamo in grado di valutare realmente la redditività e mettere a punto collezioni coerenti. Con la soluzione PLM, il team di sviluppo prodotti pubblica gli aggiornamenti non appena sono disponibili e questi sono immediatamente visibili al merchandising e a chiunque altro ne abbia bisogno. L'immissione rapida dei dati e la condivisione veloce delle informazioni hanno avuto un'influenza del tutto positiva sul nostro time-to-market, che non si sarebbe mai concretizzata senza Centric".

Ma i vantaggi per le nuove collezioni vanno ben oltre l'identificazione di una corretta struttura dei costi, e i team addetti al design e allo sviluppo dei prodotti di Marc Jacobs hanno anche scoperto il grande valore delle librerie riutilizzabili. "Nelle calzature le linee di prodotti variano sempre, quindi è utile riesaminare la cronologia per identificare i modelli che hanno riscosso maggior successo", dichiara Neslin. "La possibilità di accedere a librerie di colori e materiali, nonché di utilizzare le informazioni sullo stile delle precedenti stagioni per creare le nuove collezioni, è stato particolarmente apprezzato dal nostro team di sviluppo dei prodotti".



Risultati

- + Tutti i dati sui prodotti centralizzati in un unico sistema, con precisione
- + Drastica riduzione degli errori degli utenti e del ricorso a rilavorazioni
- + Soluzione configurabile che supporta una gamma crescente di processi specifici per le calzature
- + Cronologia prodotti centralizzata e librerie riutilizzabili di stili, materiali e colori
- + Riduzione del time-to-market, con una valutazione più accurata dei costi



INFORMAZIONI SU MARC JACOBS

A distanza di trent'anni, Marc Jacobs continua ancor oggi a delineare con sicurezza i confini della moda americana. Le caratteristiche indefinibili di questa etichetta che porta lo stesso nome del suo ideatore sono il risultato di un punto di vista unico, eccezionalmente franco e diretto.

Marc Jacobs continua ad esplorare la bellezza che scaturisce dall'imprevedibile e a convogliare il lusso nel quotidiano. Al centro dei valori dell'azienda, l'idea che ognuno sia il protagonista di un proprio film e che possa definire meglio la propria individualità e personalità attraverso la gioia che deriva dal rituale della moda, del trucco e delle fragranze.

Marc Jacobs continua a proporre moda e accessori con un ampio spettro di accessibilità di prezzi, senza per ciò compromettere la propria onestà e integrità.

INFORMAZIONI SU CENTRIC SOFTWARE

Dalla sede nella Silicon Valley e dagli uffici situati nelle principali capitali mondiali, Centric Software crea tecnologie per i più prestigiosi marchi nel settore della moda, della vendita al dettaglio, delle calzature, dei prodotti di lusso, degli articoli per esterni e dei beni di largo consumo. Centric 8, la piattaforma PLM (Product Lifecycle Management) di punta dell'azienda, offre avanzate funzionalità per pianificazione commerciale, sviluppo dei prodotti, sourcing, pianificazione aziendale, gestione della qualità e delle collezioni, personalizzate per i dinamici settori dei beni di largo consumo. I pacchetti Centric SMB hanno ampliato il sistema PLM includendo tecnologie innovative e importanti nozioni di settore, specifiche per le aziende di piccole dimensioni.

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

Centric è un marchio registrato di Centric Software. Tutti gli altri marchi e nomi di prodotto sono marchi dei rispettivi proprietari.



Piazza IV Novembre, 7 | 20124 Milano | Italia

Telefono: +39 02 87343489