

MUSTANG®

STİLLER VE TEDARİKÇİLER ARASINDA
ŞEFFAFLIĞI SAĞLAMAK: MUSTANG
GROUP'TAN BİR BAŞARI HİKAYESİ

 CentricSoftware™

©2020 Centric Software Inc. Bütün hakları saklıdır.

ALMAN KOT LİDERİ

Tedarikçileri Asya ve Kuzey Afrika'da bulunan Almanya merkezli MUSTANG Group, Avrupa'nın önde gelen kot markalarından biridir.

Avrupa'nın ilk kadın kot ve fitilli kadife pantolonlarını üreten MUSTANG, 1932 yılında kurulmuştur. Ana markası MUSTANG Jeans haricinde, Bogner Jeans ve Sansibar Denim markalarının imtiyaz sahibidir.

HIRSLI BÜYÜME HEDEFLERİ

MUSTANG Group CEO'su Dietmar Axt, "Sadece kot alanında değil, inovasyon ve son teknolojilerin kullanılması anlamında da her zaman öncü olmuştuk. Bu özellik, köklü ve kanıtlanmış şirket felsefemizin bir parçasıdır," diyor.

İleri görüşlü şirket hırslı büyüme hedefleriyle yeni pazarlara girmeye hazır. Ancak MUSTANG, başarılı olmak için ürün yelpazesini genişletmesine yardım edecek, ürün geliştirme süreçlerini modernize edecek, üretkenliği artıracak, şirket bünyesindeki ve doğrudan şirkete bağlı olmayan çalışma ekipleri arasındaki iş birliğini geliştirecek yeni bir sisteme ihtiyacı olduğunu biliyordu.

ÇİFT GÖRMEK

MUSTANG Group Operasyon Müdürü Dr. Julia Dubowy, "Koleksiyonlara dair bilgileri takip etmek için bir PDM (Ürün Veri Yönetimi) sisteminin yanı sıra Excel, Adobe ve Word kullanıyorduk. Satın alma, satış ve tasarım ekiplerimizin son stillere ve fiyatlara karar vermek için yaptığı toplantılarda bu yaklaşımın dezavantajları iyice ortaya çıkıyordu." diyor.

Dubowy, eski yöntemin sıkıntılarını "Toplantıda bir karar alındıktan sonra herkes ilgili verileri kendi işiyle ilgili kullandığı sisteme giriyordu. Bu kadar veri bolluğu yüzünden işlerimiz aksıyordu. Gereksiz yere hacmi artan verilerin tutulması iş yükünü ağırlaştırıyor, hata yapma şansını artırıyordu." diyerek açıklıyor.

MATERYAL ÇILGINLIĞI

"Bir koleksiyonda kullanılan materyallerin hangileri olduğunu anlamak için raporları araştırmak çok zor oluyordu. Bize gereken bilgi genellikle herkesin kolayca erişemeyeceği bir dosyada bulunuyordu. Stilleri analiz etmek de çok zor oluyordu. Kaç tekrar gerektiğini, hangi stillerden vazgeçildiğini, bu kararın ne zaman verildiğini öğrenmek sıkıntılıydı." diye ekliyor Dubowy.

Kot üretiminde aksesuarlar ve materyaller çok önemlidir ama MUSTANG'ın tasarım ekibi ellerindeki materyalleri görmekte zorlanıyordu. Ayrıca, satın almaçılar hangi aksesuar ve materyalin hangi koleksiyon için gerektiğini bilmediği için fiyatta pazarlık yapmaları da zorlaşıyordu.

NEDEN PLM? NEDEN CENTRIC?

MUSTANG'ın, ancak bir PLM çözümünün sunabileceği şekilde tek veri kaynağına ihtiyacı vardı. Kendilerine uygun PLM çözümünü seçenler arasında yer alan Dubowy neden Centric'i seçtiklerini anlatıyor: "Centric bize web tabanlı, mükemmel mobil uygulaması olan, sektörü çok iyi bilen uzmanları barındıran sanat şaheseri bir inovasyon sundu."

MUSTANG, kadın giyim ve erkek giyim gruplarında Centric PLM'yi 15 hafta gibi kısa bir sürede uygulamaya soktu. Dubowy, MUSTANG'ın fason ortağı Omnibrand'ın da Centric'e geçmesinin sorunsuz ve son derece faydalı olduğunu söylüyor. Gerekenleri temin etmek, sistemi ayarlamak ve Omnibrand çalışanlarına eğitim vermek için iki hafta sonu Asya'ya gitmek yeterli olmuş. MUSTANG ayrıca, Centric PLM'deki koleksiyonlarla satış ekiplerinin mobil cihazları arasında doğrudan bağlantı kuran ve şu anda patent bekleyen Collection Book iPad uygulamasını da kullanmaya başladı.



“ CENTRIC 8 SAYESİNDE BÜTÜN AKSESUARLARI VE MATERYALLERİ, ERKEN SAFHALARDAN İTİBAREN GERÇEK KOLEKSİYON İÇİNDE GÖREBİLİYORUZ. BÖYLECE SATIN ALMADAKİ ARKADAŞLARIMIZ TEDARİKÇİLERDEN DAHA İYİ FİYAT ALABİLİYOR. ”

ZORLUKLAR

- + Çift veri girişi; ürün geliştirme sürecinde çok sayıda araç/program kullanıldığı için görüş hakimiyetinde ve karar vermede sıkıntı
- + Şirket ve çalıştığı büroyla arasında ağır işleyen iletişim
- + Satın almadakiler hangi aksesuarlara/materyallere karar verildiğini bilmediği için daha zor ve daha maliyetli pazarlık

TEDARİKÇİYLE SENKRONİZASYON

MUSTANG, Centric 8 kullanmaya başladıktan sonra Omnibrand ve tedarikçileriyle çalışmasını hem hızlandırdı hem de şeffaflık kazandı. Sistem şöyle çalışıyor:

MUSTANG, Centric 8 içinden stillerde son kararı verir, görevi Omnibrand'e atar ve gerekli teknik dokümanları hazırlar. Sonra Omnibrand ilgili teknik dokümanları Centric 8 içinden açar, stili bir fasoncuya verir, teknik dokümanları gönderir ve fasoncudan numune ister.

Fasoncu numuneyi gönderdiğinde, Omnibrand ilk provayı yaparak sonuçları ve fasoncunun ücretini Centric 8'e girer. Omnibrand numuneyi MUSTANG'a gönderir. Şirket kendi provasını yapar, sonra ilk prova sonuçlarını gözden geçirir. Stille ilgili bütün yorumlar Centric 8 üzerinden takip edilir ve paylaşılır. Böylece MUSTANG ve Omnibrand arasında etkili ve verimli bir iş birliği kurulmuş olur.

Dubowy bu yeni çalışma şekli için, "Bu sayede, uyumluluk ve puanlama konularında fasoncularımızla çalışmamız tamamen şeffaflaştı." diyor. Omnibrand'le aralarındaki çift veri girişlerini Centric 8 sayesinde ortadan kaldıran MUSTANG, ayrıca numuneye birlikte gelen bir yığın yazılı yorumdan da kurtulmuş oldu.

Bunların dışında, MUSTANG artık farklı stiller için fiyat beklemek, sonra da bu bilgileri kendi sistemlerine yeni baştan girmek için zaman kaybetmek zorunda kalmıyor. Omnibrand bu bilgileri doğrudan Centric 8'e girdiği için MUSTANG'daki ürün geliştirme süreci daha hızlı ve daha sağlıklı ilerliyor.

Dubowy, "Şirketin Almanya'daki ürün geliştirme ve satın alma ekiplerinin Asya'daki büroyla daha uyumlu çalışmaya başlaması geleceğe dair büyüme hedeflerimize daha güvenle bakmamızı sağladı." şeklinde yorum yapıyor.

PLM KULLANARAK İLERLEYEN ÖNCÜLER

MUSTANG'ın ürün geliştirme süreçleri artık çok daha kullanışlı ve etkili. Centric 8'deki fiziksel ve dijital materyallerin veri tabanı sadece bir kişinin sorumluluğunda. Tasarım, teknik ürün geliştirme ve satın alma ekipleri de bunun faydasını görüyor. Dubowy bu konu için "Centric 8 sayesinde bütün aksesuarları ve materyalleri, erken safhalardan itibaren gerçek koleksiyon içinde görebiliyoruz. Böylece satın almadaki arkadaşlarımız tedarikçilerden daha iyi fiyat alabiliyor." şeklinde yorum yapıyor.



MUSTANG artık değerlendirme toplantılarında doğrudan Centric 8'le çalışıyor, bir koleksiyonla ilgili bir karar verilir verilmez ilgili bütün verileri sisteme anında giriyor. "Toplantı öncesinde ve sonrasında idari işlere gömülmekten kurtulduk. Onun yerine MUSTANG'ın asıl işine odaklanabiliyoruz. Herkes ne karar verildiğini anında öğreniyor." diyor Dubowy.

Centric 8 kullanan MUSTANG, sisteme girilmiş bütün verileri analiz edip rapor hazırlayabiliyor. Centric 8'in esnek raporlama yapısı sayesinde, MUSTANG hem standart hem de belirli bir amaca yönelik raporlar hazırlayabiliyor. Dubowy, "Bu sayede koleksiyonlarımız hakkında daha iyi fikir sahibi oluyoruz. Bilgiye dayalı karar verdiğimiz için de işletmemizi başarıya taşıyabiliyoruz." diyerek bu özelliğin önemini altını çiziyor.

SONUÇLAR

- + İlk teknik dokümanların dağıtılmaya başlamasını takiben fasonculardan gelen sorularda %20 azalma
- + Daha hızlı numune gelişimi, numunelere dair daha anlaşılır geri bildirim, numune fiyat bilgisine daha çabuk erişim
- + Çift veri girişlerinin ortadan kalkması
- + Ürünle ilgili bilgiler aranırken kaybedilen zamanda yaklaşık %30 düşüş
- + En son kullanılan aksesuarlar aranırken kaybedilen zamanda yaklaşık %40 düşüş
- + Çalıştıkları Omnibrand firmasıyla daha iyi entegrasyon sonucu yaklaşık %30 zaman kazancı
- + İlk teknik dokümanların dağıtımından sonra fasonculardan gelen sorularda %30 azalma
- + Şablonlar, standartlaştırılmış veri havuzu ve Adobe Illustrator'la entegrasyon sayesinde ürün geliştirirken 4 gün kazanılması





MUSTANG JEANS HAKKINDA

Almanya merkezli MUSTANG, Avrupa'nın önde gelen kot markalarından biridir. Avrupa'nın ilk kadın kot ve fitilli kadife pantolonlarını üreten MUSTANG, 1932 yılında kurulmuştur. Ana markası MUSTANG Jeans haricinde, Bogner Jeans ve Sansibar Denim markalarının imtiyaz sahibidir.

CENTRIC SOFTWARE HAKKINDA

Centric Software, Silikon Vadisi'ndeki genel merkezinden moda, perakende, ayakkabı, lüks giyim, doğa sporları ve tüketici ürünleri sektörlerindeki en prestijli isimlere Dijital Dönüşüm Platformu sağlar. Centric'in amiral gemisi olan Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi (PLM) platformu Centric 8, hızlı tempolu tüketim sektörleri için özel olarak geliştirilmiş hızlı ve güvenilir ticari planlama, ürün geliştirme, satın alma, iş planlaması, kalite ve koleksiyon yönetimi işlevleri sağlar. Centric SMB, gelişmekte olan markalara yenilikçi PLM teknolojisini ve sektörle ilgili önemli bilgileri sunar. Centric Görse İnovasyon Platformu (Centric Visual Innovation Platform - VIP) yepyeni bir tamamen görsel ortak çalışma ve karar verme deneyimi sağlarken, içerdiği Centric Satın Alma Paneli (Centric Buying Board) sayesinde şirket içi satın almaları dönüştürür ve perakende değerini yükseltir, Centric Kavramsal Panel (Centric Concept Board) sayesinde de yaratıcılığı ve gelişen ürün fikirlerini körükler. Centric'e ait bütün inovasyonlar ürünün piyasaya çıkış süresini kısaltır, ürün inovasyonuna destek olur maliyetleri düşürür.

Centric Software'in çoğunluk hissesi, 3D tasarım yazılımı, 3D Dijital Mock-Up ve PLM çözümlerinde dünya lideri olan Dassault Systèmes'e (Euronext Paris: #13065, DSY.PA) aittir.

2013, 2015 ve 2016'da Red Herring En İyi 100 Global listesine giren Centric Software, sektörle ilgili pek çok ödül almış ve takdir görmüştür. Centric ayrıca 2012, 2016 ve 2018 yıllarında Frost & Sullivan'dan çeşitli mükemmellik ödülleri almıştır.

Centric, Centric Software'in tescilli ticari markasıdır. Diğer tüm markalar ve ürün adları, ilgili sahiplerinin ticari markaları olabilir.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com