

CAPA DE OZONO

„EIN WESENTLICHER BESTANDTEIL UNSERER
WACHSTUMSSTRATEGIE“

CAPA DE OZONO MACHT DEN NÄCHSTEN
SCHRITT - MIT CENTRIC PLM



 CentricSoftware™

„Wir sprechen hier über die Einführung von 600 Styles pro Saison in gut 30 verschiedenen Fabriken, da gestaltet sich der Prozess schon sehr komplex. Es kam immer wieder zu Fehlern und Missverständnissen in der Kommunikation zwischen einzelnen Bereichen, und daraus entstanden Qualitätsprobleme und Verzögerungen.“

Luis Hernández, Chief Operating Officer bei Capa de Ozono, erinnert sich, dass das Management im operativen Tagesgeschäft bei der mexikanischen Modemarke für Schuhe vor einigen Jahren schwierig wurde. Das Unternehmen forschte nach Möglichkeiten für ein schnelleres Time-to-Market von Produkten, wollte den Produktentwicklungsprozess robuster gestalten und die Produktinformationen zentralisieren. Also begann Capa de Ozono mit der Suche nach einer Lösung für das Product-Lifecycle-Management (PLM).

„Unser Fokus als Unternehmen richtet sich auf Fast Fashion, das heißt, wir müssen neue Entwicklungen und Designs, die marktfähig sind, so schnell wie möglich integrieren“, erläutert Stefan Hromatka, CEO von Grupo Acritus, dem Mutterkonzern von Capa de Ozono. „Unsere größte Herausforderung ist dabei, neue Trends rechtzeitig zu erkennen und die, die nicht mehr funktionieren, fallen zu lassen.“

Heute, nach der Einführung von Centric PLM, blickt Capa de Ozono auf eine um 20 % beschleunigte Produktentwicklung. Außerdem konnten neue Produkte zu 90 % termingerecht gestartet und die Anzahl der Kollektionen verdoppelt werden, ohne dass Personalaufstockungen in Design und Entwicklung notwendig waren.

Warum hat sich Capa de Ozono für diesen großen Schritt mit Centric PLM entschieden, und wie hat sich die tägliche Arbeit im Unternehmen dadurch verändert?



“ WIR HABEN CENTRIC AUSGEWÄHLT, WEIL WIR DIESE LÖSUNG AM BESTEN AUF UNSERE BEDÜRFNISSE HIN KONFIGURIEREN KONNTEN. SIE PASST WIE ANGEKOSSEN. ”

DELIA MACIAS,
CAPA DE OZONO

SCHNELLES WACHSTUM

Capa de Ozono wurde 1992 gegründet und hat seinen Hauptsitz in León im Bundesstaat Guanajuato, dem Zentrum der mexikanischen Schuhindustrie. Capa de Ozono entwirft, fertigt und verkauft Schuhe hauptsächlich für Teenager und junge Erwachsene und gehört zu den größten Retailern für modisches Schuhwerk in Mexiko.

Der Vertrieb erfolgt über ein Netzwerk aus 235 Markenniederlassungen in 50 Städten, und die Firma hat mehr als 300 Großhandelskunden sowie einen beliebten Onlinekanal. In den letzten Jahren ist das Unternehmen erheblich gewachsen.

„Als ich hier angefangen habe, hatten wir 80 Stores. Heute sind es 180 eigene und 50 Franchise-Geschäfte“, sagt Stefan Hromatka. „Wir haben das Geschäft in den letzten fünf Jahren nahezu verdoppelt. Im vergangenen Jahr haben wir zwei weitere Marken übernommen: eine Schuhmarke namens Dorothy Gaynor und eine für Schwimmbekleidung, Zíngara.“

Zusammen bilden Capa de Ozono, Dorothy Gaynor und Zíngara den Konzern Grupo Acritus. Die Übernahme der neuen Marken hat das Geschäft um geschätzte 46 % erweitert.

SCHRITT HALTEN

Capa de Ozono verfolgt für die dauerhafte Herstellung kostengünstiger, modischer Schuhe eine Fast-Fashion-Strategie. Das Unternehmen begann nach Möglichkeiten zu suchen, das Time-to-Market zu reduzieren und einen stabileren Produktentwicklungsprozess zu entwickeln, der die Qualität auch bei hohem Produktionsvolumen sicherstellt.

Die Verwaltung großer Mengen produktbezogener Daten in Spreadsheets, per E-Mail und in diversen Dokumenten gestaltete sich zunehmend komplizierter und Fehler schlichen sich ein. Manchmal brach die Kommunikation völlig zusammen, und daraus entwickelten sich Verzögerungen und Probleme bei der Qualitätskontrolle.

Delia Macias, Senior Design Manager bei Capa de Ozono, erklärt: „Produktinformationen wurden erstellt und dann an viele unterschiedliche Abteilungen ausgegeben, die jeweils eigene Änderungen vorgenommen haben. Die Versionskontrolle wurde dadurch enorm schwierig und kompliziert.“

HERAUSFORDERUNGEN

- + Schnelles Wachstum der Anzahl von Styles, Fabriken und Stores
- + Ergänzung zweier neuer Marken
- + Mit Fast Fashion Schritt halten
- + Verkürzung des Time-to-Markets
- + Kommunikationsprobleme, Fehler und schwierige Versionskontrolle

„Als das Unternehmen weiter wuchs, erkannten wir, dass wir uns neuen Prozessen zuwenden müssen“, fährt sie fort. „Da ist uns bewusst geworden, dass wir eine PLM-Lösung brauchen.“

WENN DER SCHUH OPTIMAL SITZT

Capa de Ozono nahm Kontakt zu Centric Software auf, das im Jahr 2015 in Mexiko City eine Niederlassung für Lateinamerika eröffnet hatte. Bestärkt durch positive Referenzen von anderen Kunden aus der Region, Produktvorführungen und einen PLM-Workshop entschied Capa de Ozono, dass Centric PLM der perfekte Partner ist.

Die Entscheidung fiel aufgrund der Erfahrung in der Schuhmode, über die Centric verfügt, die Flexibilität der Lösung und die Möglichkeit, den gesamten Produktlebenszyklus vollständig abzudecken.

„Wir haben Centric ausgewählt, weil wir diese Lösung am besten auf unsere Bedürfnisse hin konfigurieren konnten“, erklärt Delia Macias. „Sie passt wie angegossen.“

Und Luis Hernández ergänzt: „Wir fanden die Möglichkeit, neue Produktentwicklungen und Einführungsprojekte über das Kalendermanagement-Modul zu verwalten, sehr interessant. Diese Funktion ist enorm hilfreich beim Umgang mit Einführungszeitplänen für neue Produkte.“

MIT GROSSEN SCHRITTEN IN DIE ZUKUNFT

Capa de Ozono hat Centric PLM im Budgetrahmen und termingerecht eingeführt und nutzt es für den gesamten Produktentwicklungsprozess.

ERGEBNISSE

- + Produktentwicklungszeit um 20 % verbessert
- + Neue Produktstarts erfolgen zu 90 % pünktlich
- + Anzahl der Kollektionen verdoppelt
- + Umfassende Transparenz und Kontrolle der Kollektionen
- + Einfachere Prozesse für Designer
- + 50 % Zeitersparnis bei der Dateneingabe



Jetzt verfügt das Unternehmen über ein solides Fundament, um bestehende Prozesse und Systeme in PLM zu integrieren. Ferner ist geplant, Centric PLM mit dem internen ERP-System zu verbinden, um die reibungslose Auslieferung von Produkten von Design und Konzeption bis hin zu Fertigung und Vertrieb voranzutreiben. Damit die Designer die Vorteile von Adobe Connect in Centric ausnutzen können, hat das Unternehmen die Design-Software auf Adobe Illustrator standardisiert.

„Mein ganzes Team nutzt es“, sagt Delia Macias. „Wir haben die Zeit, die wir für die Produktentwicklung aufwenden, im Durchschnitt um 20 % verringert. Durch Centric PLM erhalte ich umfassende und tiefgehende Einblicke in jede Kollektion und bessere Kontrollmöglichkeiten, da wir alles, was wir für die Produktentwicklung benötigen, in einer Plattform vereint haben. Dadurch werden die Abläufe für Designer viel einfacher.“

Capa de Ozono weitet die Nutzung des Kalendermoduls von Centric noch aus und verbessert damit Maßnahmen zur Qualitätskontrolle der Schuhe. Die Produktionsabteilungen können nun die von Design- und Entwicklungsteams generierten Informationen verwenden, um Produkte vorab zu validieren, die Machbarkeit der Fertigung neuer Produkte zu bewerten und die Produktqualität zu verbessern. Das Unternehmen beabsichtigt, eine Gruppe Fertigungssupplier in Centric PLM aufzunehmen, damit diese technische Informationen bereitstellen können und der Angebotsprozess verbessert wird.

„Inzwischen erreichen wir zu 90 % Übereinstimmung mit den geplanten Daten für die Einführung neuer Produkte am Markt“, sagt Luis Hernández. „Außerdem konnten wir die Anzahl der Kollektionen, die wir starten, verdoppeln.“

Abschließend sagt Stefan Hromatka: „Uns als Managern verhilft Centric PLM zu mehr Einblicken und einen deutlich kontrollierteren Prozess. Die Anwender verfügen über mehr Zeit, um sich auf ihre eigentlichen Rollen zu konzentrieren – und damit beschleunigt sich die Produktentwicklung. Centric ist das Kernstück unserer Planungen im Bereich Omni-Channel und wird in Zukunft zur Datenbank für die Masterdaten jeder unserer Marken.“

„Wir betrachten Centric PLM als wesentlichen Bestandteil unserer Wachstumsstrategie.“



ÜBER CENTRIC SOFTWARE

Ausgehend von der Hauptgeschäftsstelle im Silicon Valley und mit Zweigstellen in Hauptstädten rund um den Globus bietet Centric Software den führenden Namen aus den Bereichen Fashion, Retail, Schuhe, Luxus- und Outdoor-Artikel, Sport und Konsumgüter eine Plattform für die digitale Transformation. Centric Visual Innovation Platform (VIP) ist eine Reihe von visuellen, vollständig digitalen Interfaces, die für Touchscreen-Geräte wie iPad und iPhone und für großformatige Touchscreens konzipiert sind. Centric VIP, die echte Revolution für Entscheidungsfindung und die Automatisierung der Ausführung, reduziert das Time-to-Market beträchtlich und verbessert die Reaktionsfähigkeit angesichts neuer Trends. Das Aushängeschild des Unternehmens, die Product-Lifecycle-Management-Plattform (PLM) Centric 8, bietet professionelle Funktionen für Merchandiseplanung, Produktentwicklung, Sourcing, Businessplanung sowie Qualitäts- und Forderungsmanagement, die speziell auf schnelllebige Verbraucherbranchen zugeschnitten sind. Centric SMB-Lösungen stellen umfassende PLM-Lösungen auf Grundlage innovativer Technologien und über die Jahre angesamelter Kenntnisse des Unternehmens für kleine Firmen bereit.

Centric Software hat bereits verschiedene Branchenauszeichnungen erhalten, darunter den „Frost & Sullivan Product Leadership Award in Retail, Fashion, and Consumer GoodsPLM“ im Jahr 2018 und den „Frost & Sullivan´s Global Retail, Fashion, and Apparel PLM Product Differentiation Excellence Award“ im Jahre 2016 und 2012. In den Jahren 2013, 2015 und 2016 war Centric auf der Liste der Global-Top-100 von Red Herring.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com