

Studio F[®]

CENTRIC PLM을 통해 성장에 박차를 가하는 STUDIO F
CENTRIC과의 장기적인 파트너십으로 라틴 아메리카 확장을
추진하는 콜롬비아 패션 브랜드 STUDIO F

 CentricSoftware™

© Centric Software 2019. 무단 전재 금지.

“사내에서 만든 애플리케이션이 있었지만 초보 수준에 불과했기에 성능 면에서 어려움이 있었습니다. ERP 솔루션으로 정보를 내보내는 데 시간이 오래 걸렸고 정보가 불안정한 적도 많았죠. 컬렉션을 구상한 순간부터 제품을 최종 출시하여 판매에 돌입하기까지 제품 상태를 온전하게 추적할 수가 없었습니다.”

콜롬비아의 패션 기업인 Studio F의 라틴 아메리카 솔루션 책임자인 Jorge Mario Serrate는 기존에 사내 애플리케이션의 기술과, 다른 업체의 제품 라이프사이클 관리(PLM) 솔루션에서 가져온 요소로 어떻게 작업했었는지에 대해 위와 같이 회상합니다. ‘뒤죽박죽’이던 이 솔루션은 엄청난 리소스만 소모했을 뿐, 라틴 아메리카 전역에서 성장을 꾀한다는 야심찬 계획을 추진하는 데 필요한 효율과 속도, 가시성을 가져다 주지 못했습니다.

2014년 Studio F는 제품 개발에 속도를 내고 팀 간 원활한 소통과 늘어나는 제품에 대한 통제력 유지, 그리고 회사가 확장됨에 따라 국가간 제품 정보를 합리적으로 관리하기 위하여 Centric PLM에 투자하기로 결정했습니다.

그리고 5년 후 Studio F는 깜짝 놀랄 만한 성장을 구가하고 있습니다. 꽤 유명한 도메스틱 브랜드였던 Studio F가 이제는 라틴 아메리카 최대의 패션 브랜드 중 하나로 성장한 것입니다. Centric PLM을 디지털 토대로 사용하면 Studio F의 제품 수는 두 배로 증가하였고, 멕시코와 칠레의 매장 수는 57개에서 156개로 늘어났으며, 다수의 시장에 전자상거래 사이트를 런칭하는 동시에 출시 기간을 14%까지 단축했습니다.

Centric PLM은 Studio F가 라틴 아메리카 패션계를 정복하는 데 어떤 역할을 한 것일까요?

콜롬비아 뿌리와 세계적인 야심

Studio F의 시작은 창립자 Carmen Faride Hazzi가 칼리라는 콜롬비아 도시에 Faride Fashions라는 작은 패션 매장을 열었던 1970년대로 거슬러 올라갑니다. 이후 1994년에는 Studio F가 되었고 현재는 산하에 Studio F와 ELA 두 브랜드를 둔 STF 그룹으로 변모했습니다.

Studio F는 세계 최신 패션 트렌드를 기반으로 한 독창적인 디자인과 최고급 품질로 프레타포르테 여성복 및 액세서리의 디자인과 생산 및 상품화에 주력합니다. 최근에는 남성복과 아동복 컬렉션을 추가했으며 청바지부터 가방, 주얼리까지 10가지 카테고리에 이르는 다양한 제품을 개발하고 있습니다.

현재 Studio F는 콜롬비아의 유명 여성복 브랜드로서, 멕시코, 칠레, 파나마 등에서 380개 이상의 매장을 보유하고 있으며 페루, 과테말라, 에콰도르 등에서 프랜차이즈 사업과 도매업 운영은 물론 여러 현지화된 전자상거래 사이트를 운영함으로써 전세계로 성장 기반을 확대해 나가고 있습니다.

커뮤니케이션과 일관성의 필요성

글로벌 성장을 노리고 있는 여느 브랜드와 마찬가지로 Studio F는 세계의 패션 대기업들과 경쟁하기 위해 갈수록 빨라지는 속도에 맞추어 제품을 출시해야 합니다. 그러나 Serrate는 기존 솔루션으로는 속도와 민첩성을 높이는 것이 불가능했다고 설명합니다.

“회사 프로세스를 온전히 추적할 수 없었고 실행 속도도 매우 느렸습니다. 프로세스 흐름 중 어떤 부분에서는 시스템을 벗어나 이메일이나 엑셀 파일을 주고받으며 개발 중인 아이템의 현황을 논의해야 했죠. 정보가 여러 군데 흩어져 있어서 누구나 큰 그림을 보기가 힘들었습니다.”

“디자이너와 비주얼 머천다이저 사이의 커뮤니케이션도 취약했습니다. 예를 들어 정해진 테마로 컬렉션을 진행할 때 개별 아이템이 항상 생산 단계로 동시에 전송되는 방식이 아니었기에, 매장에서 사용할 비주얼 프레젠테이션의 관련 아이템 패널 전체를 동시에 준비할 수가 없었어요.”

이를 위해 Studio F는 미래 성장에 동력을 불어넣을 통제력과 일관성을 모색하고자 2014년에 새로운 PLM 솔루션을 찾아 나섰습니다.

유연한 패션 지향 솔루션

Studio F는 Centric이 패션업계에서 받는 신망과 유럽 패션계에서 활약하는 대형 고객들의 긍정적인 사용 후기, 그리고 솔루션 자체의 기능을 보고 Centric 8 PLM을 선택했습니다.

Serrate는 다음과 같이 말합니다. “여러 요인이 있었죠. 우선 Centric PLM은 패션 및 의류업계에서 인정받는데다 이미 입지를 다진 애플리케이션이었고, Centric 팀은 답변이 빠르고 지식이 풍부했습니다. Centric PLM은 우리가 사용하던 기존 PLM 솔루션에 비해 유연했습니다. 실제 구현을 담당했던 팀은 우리 스스로 프로세스를 생성하고 비즈니스 운영 방식에 맞게 핵심 기능을 적용시킬 수 있는 캔버스라고 비유하더군요. 우리 ERP 솔루션에 통합하기도 쉬웠습니다.”



해결 과제

- + 이전에 다른 PLM 업체에서 가져와 자사에서 만든 솔루션으로는 회사 성장을 감당할 수 없음
- + 개발 단계에서 제품을 추적할 정보 부족
- + 높은 단계의 전략적 정보 가시성과 보고의 부재
- + 여러 팀과 시스템 사이의 느리고 비효율적인 커뮤니케이션
- + 야심찬 성장 계획을 추진하기 위한 통합 플랫폼 필요

구현 과정은 7개월 만에 끝났습니다. Serrate는 사용자들이 변화에 목말라 있었다고 말했습니다.

“구현하는 동안 Centric 팀과 긴밀하게 협업했고 변화 관리도 양호했습니다. 사용자들을 위한 개선폭이 컸기에 새 플랫폼을 사용하는 데 저항이 거의 없을 정도였죠. 기존 방식보다 훨씬 빠르고 유연하면서도 관리하기가 용이했습니다.”

현명한 PLM 사용으로 확장에 동력 공급

Centric PLM을 사용한 지 5년 후, Studio F는 놀라운 성장과 개발을 거듭하고 있습니다. 현재 연간 출시되는 제품이 100% 증가했으며 출시 기간은 평균 30 주에서 26주로 14%나 단축되었습니다. 특히 매장 수가 5년간 거의 세 배나 증가한 멕시코와 칠레 시장에 확장 전략을 집중하고 있습니다.

Serrate는 “제품 작업을 하는 모든 팀이 동일한 버전의 정보를 접하게 되므로 일하는 속도가 빨라지고 효율도 개선되었습니다.”라며 말을 이었습니다. “사용자 친화도가 높고 직관적인 플랫폼입니다. 사용자 역할에 따라 보기를 개인화하고 분할하므로 각자 자신에게 가장 유용한 정보를 즉시 이용할 수 있죠. 직원들이 전보다 더 지침을 잘 숙지하고 서로 연결된 상태에서 작업하고 있어요.”

“출시 기간이 단축되고 더 많은 제품 수량을 관리할 수 있게 되면서 최근에는 남성복과 아동복 두 가지 제품 라인을 새로 추가하였고, 총 컬렉션 수가 3개에서 6개로 늘어났습니다.”

콜롬비아, 멕시코, 칠레에서 Studio F의 전자상거래 채널은 도합하여 이 회사 비즈니스 규모의 4%를 차지하는데, 이 부문의 성장에도 Centric PLM은 꼭 필요합니다. 전자상거래 사이트에 동적인 제품 정보를 추가하고 시장별로 제품 세부 정보를 현지화하는 기능이 있기 때문입니다.

“전자상거래는 정보 표시 방법 면에서 오프라인 매장과 다른 점이 많습니다. 다행히 Centric PLM에서는 제품 이름과 설명을 구축하는 유연한 매개 변수를 손쉽게 생성하여 온라인 판매에 활용할 수 있습니다. 유연성은 언어에도 적용되죠. 예를 들어 멕시코에서는 코트에 ‘재킷’이라는 용어를 잘 쓰지 않아요. 그래서 Centric의 현지화 기능을 이용해 멕시코 매장과 전자상거래 채널에는 재킷의 설명을 자동으로 변경하도록 했습니다.”

Serrate는 회사의 전사적 자원 관리(ERP) 시스템과 고급 보고 기능에 Centric PLM을 통합한 것이 비용 관리와 전략적 운영에 주효했다고 말했습니다.

“제품 일정, 프로세스 매핑, 견적, 소재 등에 관한 정보를 PLM에서 ERP로 전달하면 정확한 마진 계산과 가격 산정에 도움이 됩니다. 그런 다음 가격 정보를 매장과 동기화합니다.”

Serrate는 다음과 같이 덧붙였습니다. “PLM 덕분에 고위 경영진이 컬렉션 매출 현황을 통합적 시각으로 볼 수 있게 되었죠. 진행 상황이 회사의 의도에 부합하는지 지속적으로 추적하면서 전년도에 정한 예산에 맞게 조정할 수 있습니다. 기존 솔루션에서는 보고나 정보 정리 같은 기능이 없었기 때문에 어떤 부분은 전혀 알지 못한 채로 넘어갔었죠.”

미래 성장을 위한 업그레이드

Centric PLM과 함께 하는 미래를 그리고 있는 Studio F는 Centric의 강력한 제품 납품 일정 기능을 완전히 구현할 계획입니다. Serrate는 Studio F와 Centric이 5년간 성공적인 관계를 발전시켜 왔으며 앞으로도 좋은 관계가 지속될 것이라고 말했습니다.

“Centric은 고객과 매우 친밀하죠. Centric 팀과 다이렉트로 소통할 수 있고 답변도 빠릅니다. 일처리가 빠르데다 우리에게 필요한 사항에 늘 관심을 가져줍니다.”

Serrate는 PLM 솔루션을 선택하기로 결정했던 2014년 이후 Studio F가 걸은 길을 되돌아보며, Centric 없이는 여기까지 올 수 없었을 거라는 결론을 내렸습니다.

“Centric PLM은 우리 회사의 성장에 동력을 공급해 주었습니다. 이처럼 유연하고 빠른 도구가 없었다면 제품과 카테고리, 채널 부문의 성장이 불가능했을 것이고 즉각적인 제품 출시도 보장할 수 없었을 것입니다. 이 모두가 비즈니스 확장에 꼭 필요한 요소였으니까요.”

결과

- + 5년 만에 제품 100% 증가/ 컬렉션 수 2배 증가
- + 멕시코와 칠레 매장 수 57개에서 156개로 증가
- + 2개 국가로 신규 진출
- + PLM 데이터를 이용하여 다수의 전자상거래 채널 런칭
- + 남성복과 아동복 라인 추가
- + 출시 기간 14% 단축

출시 기간이 단축되고 컬렉션 관리 능력이 향상되면서 디자인부터 머천다이징까지 여러 팀이 서로 연결되어 더 효율적으로 제품 런칭을 조율하고 있습니다.





CENTRIC SOFTWARE 에 대하여

Centric Software는 실리콘 벨리에 위치한 본사와 전 세계 유행을 선도하는 대도시에 위치한 사무소를 통해 패션, 리테일, 신발, 럭셔리 브랜드, 아웃도어, 소비자 분야의 가장 명망 높은 브랜드에 디지털 전환 플랫폼을 제공합니다. Centric의 대표적인 제품 라이프사이클 관리(PLM) 플랫폼인 Centric 8은 급변하는 소비자 산업에 적합한 엔터프라이즈급 상품 계획, 제품 개발, 소싱, 품질과 컬렉션 관리 기능을 제공합니다. Centric SMB는 혁신적인 PLM 기술과 신규 브랜드를 위한 업계 핵심 지식을 제공합니다. Centric 비주얼 혁신 플랫폼(VIP)은 창의적인 협업과 그룹 의사결정을 위한 시각적이면서도 색다른 디지털 경험을 제공하며, 내부 구매 세션을 혁신하고 리테일 가치를 극대화하는 Centric Buying Board와 창조성 향상 및 제품 컨셉 진화를 위한 Centric Concept Board를 포함하고 있습니다.

Centric Software는 3D 디자인 소프트웨어, 3D 디지털 목업 및 PLM 솔루션 분야의 세계적인 선도 기업인 Dassault Systèmes(파리 증권거래소: #13065, DSY.PA)가 과반수 주식을 소유하고 있는 회사입니다.

Centric Software는 2013년, 2015년 및 2016년에 Red Herring이 선정한 글로벌 100대 기업에 선정된 것을 포함하여 업계 내 다양한 상을 수상하였습니다. Centric은 또한 2012년, 2016년 및 2018년에 Frost&Sullivan으로부터 여러 우수상을 수상하였습니다.

 CentricSoftware™



www.centricsoftwarechina.com

© Centric Software 2019. 무단 전재 금지. Centric 은 Centric Software의 등록 상표입니다.
기타 모든 브랜드 및 제품 이름은 해당 소유자의 상표일 수 있습니다.