

Studio F®

Studio F, Centric PLM ile İnanılmaz Bir Büyüme Başarısı Gösteriyor

Centric ile kurduğu uzun süreli iş birliği sayesinde Kolombiyalı moda markası Latin Amerika'da başarı rüzgarları estiriyor.

 CentricSoftware™

©2019 Centric Software Şti. Bütün hakları saklıdır.

“Şirket içinde geliştirilmiş biraz basit bir uygulama kullanıyorduk. Performansla ilgili sıkıntılar yaşıyorduk. Bilgileri ERP sistemimize aktarmak çok uzun sürüyordu. Bazen de bilgiler eksik iletiliyordu. Bir koleksiyonun tasarlandığı andan ürünün son olarak satışa çıkarıldığı zamana kadar olan döngüde ürünlerin durumunu tamamen takip edemiyorduk.”

Studio F'in Latin Amerika çözümleri yetkilisi Jorge Mario Serrate, Kolombiyalı moda şirketinin kendi geliştirdiği uygulamalar ve başka bir satıcının Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi (PLM) çözümünden alınan öğeler üzerinden türetilmiş bir teknolojiyle çalıştığı zamanları hatırlıyor. Çok fazla kaynak tüketen bu “karmakarışık” çözüm, firmanın Latin Amerika’da büyüme planlarını gerçekleştirmek için ihtiyaç duyduğu verimliliği, hızı ve görünürlüğü sağlayamıyordu.

Bir yandan büyürken diğer yandan ürün geliştirme sürecini hızlandırmak, ekipler arası iletişimi güçlendirmek, giderek artan ürün sayısını tamamen kontrol edebilmek ve farklı ülkelerde ürün bilgileriyle ilgili süreçleri sorunsuz hale getirmek isteyen Studio F, 2014 yılında Centric PLM’ye yatırım yapmaya karar verdi.

Bundan beş yıl sonra, Studio F parmak ısırtan bir başarı kaydederek köklü bir yerel markadan Latin Amerika’nın en büyük moda markalarından birine dönüştü. Centric PLM’nin dijital alt yapısını kullanan Studio F ürünlerinin sayısını ikiye katladı, Meksika ve Şili’deki mağaza sayısını 57’den 156’ya çıkardı, e-ticaret siteleri üzerinden birçok ülkede ürünlerini satışa çıkardı ve ürünlerini pazara sürme süresini %14 oranında kısalttı.

Peki Centric PLM, Studio F’in Latin Amerika moda dünyasını fethetmesine nasıl yardımcı oldu?

Kökeni Kolombiya, hedefleri uluslararası

Studio F’in kökeni, kurucusu Carmen Faride Hazzi’nin Kolombiya’nın Cali şehrinde 1970’lerde Faride Fashions adıyla açtığı küçük moda dükkanına dayanıyor. Şirket 1994 yılında Studio F adını alarak Studio F ve ELA adlı iki markaya ev sahipliği yapan STF Group’a dönüştü.

Studio F, kadınlar için dünyadaki son moda trendleri ve en yüksek kalite standartları takip eden özel hazır giyim ürünleri ve aksesuarlar tasarlıyor, üretiyor ve pazarlıyor. Marka kısa süre önce erkek ve çocuk koleksiyonlarını da portföyüne ekleyerek kot pantolonlardan çantalara ve mücevherlere kadar 10 farklı kategoride ürün geliştirmeye başladı.

Günümüzde Kolombiya’nın en gözde kadın giyim markalarından biri olan Studio F Meksika, Şili ve Panama’da sahip olduğu 380’den fazla mağaza, ayrıca Peru, Guetamala ve Ekvador’daki franchise ve toptan satış noktaları ile uluslararası pazarda da tanınıyor. Studio F ayrıca birçok yerel e-ticaret sitesinde de satış yapıyor.

İletişim ve tutarlılık ihtiyacı

Uluslararası hedefleri olan tüm markalar gibi Studio F de küresel moda devleriyle rekabet edebilmek için ürünlerini her geçen gün daha hızlı şekilde pazara sürme ihtiyacını hissediyor. Serrate’nin de açıkladığı üzere, Studio F’in eski çözümünü kullanarak hız ve esneklik düzeyini arttırması imkansızdı.

“Süreçlerimizi tamamen takip edemiyor ve oldukça yavaş ilerliyorduk. Süreç akışının belirli bölümlerinde sistemden çıkmak ve geliştirilen ürünlerin durumuyla ilgili Excel dosyaları veya e-posta göndererek iletişim kurmak zorunda kalıyorduk. Bilgi çok fazla alana yayılıyordu ve birinin resmin tamamını görmesi çok zor oluyordu.”

“Tasarımcılar ve görsel satış planlama ekipleri arasındaki iletişim çok zayıftı. Örneğin, belirli bir tema ile bir koleksiyon hazırladığımızda birbirinden ayrı öğeler her zaman aynı anda üretime gönderilmiyordu. Bu nedenle mağazalarımızda görsel sunum yaparken koleksiyonla ilgili tüm öğeleri aynı anda sergileyemiyorduk.”

Gelecekteki büyümesini güçlendirmek ve yeni pazarlara girmek için daha fazla kontrol ve istikrar arayan Studio F, 2014 yılında yeni bir PLM çözümü için araştırmalarına başladı.

Esnek, moda odaklı bir çözüm

Studio F, Centric 8 PLM’yi moda sektöründeki itibarı, Avrupa moda dünyasında yer alan birçok müşteriden alınan olumlu referanslar ve çözümünün işlevselliği nedeniyle seçti.

Serrate bu konuda, “Birçok faktörü göz önüne aldık.” diyor ve ekliyor: “Öncelikle Centric PLM oldukça tanınmış, moda ve giyim sektöründe itibarlı bir şirket. Ayrıca Centric ekibi oldukça bilgili ve her zaman yardıma hazır. Geleneksel PLM çözümlerine kıyasla Centric PLM esneklik imkanı sunuyor. Sistemi uygulamaya koyan ekip, Centric PLM’yi bize üzerinde kendi süreçlerimizi oluşturabileceğimiz, yani bir anlamda kendi resmimizi çizebileceğimiz bir tuval olarak tanıttı. Temel özellikleri firmamızın çalışma yöntemlerine göre uyarılabiliyoruz. Ayrıca, ERP çözümümüzle entegrasyonu da oldukça kolay oldu.”



Zorluklar

- + Başka bir PLM satıcısının sağladığı eski çözümün şirket büyümesine katkı sunamaması
- + Geliştirme sürecindeki ürünlerin takibinde bilgi eksikliği
- + Raporlamada ve stratejik bilgilerin yüksek düzeyde görünürliğünde aksaklıklar
- + Ekipler ve sistemler arasında yavaş, verimsiz iletişim
- + Azimli büyüme planlarını destekleyecek birleşik bir platforma duyulan ihtiyaç

Uygulamaya geçiş yedi ayda tamamlandı. Serrate bu dönemde kullanıcıların gerçekten bir değişiklik istediğine dikkat çekiyor.

“Uygulamaya geçiş sürecinde Centric ile çok yakın çalıştık. Değişim yönetimi oldukça iyi ele alındı. Bu, kullanıcılar için o kadar büyük bir gelişme demektir ki yeni bir platform kullanımına karşı direnç çok az oldu. Genel açıdan, eskiden kullandığımız yöntemlere göre çok daha hızlı, esnek ve daha iyi kontrol edilen bir çözüme sahip olduğumuzu söyleyebilirim.”

PLM'nin akıllıca kullanımı büyümeyi güçlendiriyor

Centric PLM'e geçtikten sonraki beş yılda Studio F inanılmaz bir büyüme ve gelişme yaşadı. Markanın yıllık olarak piyasaya sürdüğü ürün hacmi %100'den fazla artış gösterdi ve ortalama 30 haftalık piyasaya çıkış süresini %14 oranında kısaltarak 26 haftaya indirdi. Studio F, son beş yılda özellikle Meksika ve Şili pazarlarında gelişim göstererek her iki ülkedeki mağaza sayısını neredeyse üç katına çıkardı.

Serrate bu konuda “Artık ürünlerle ilgili çalışma yapan tüm ekipler aynı doğru bilgilere ulaşıyor ve bu sayede daha hızlı ve etkili şekilde çalışabiliyoruz.” diye konuşuyor ve ekliyor: “Platform oldukça kullanıcı dostu ve sezgisel. Kullanıcının rolüne göre görünümler kişiselleştirilebiliyor ve bölümlere ayrılabilir, yani en çok işlerine yarayacak bilgilere anında erişilebiliyorlar. Kullanıcılarımız eskiye göre süreç hakkında çok daha fazla bilgi sahibi ve sürekli iletişim halindedir.”

“Ürünlerin piyasaya çıkış hızını yükselttik ve daha fazla sayıda ürünü yönetebiliyoruz. Kısa süre önce erkek ve çocuk kategorileri olmak üzere iki yeni ürün grubunu üretim hattımıza ekledik. Ayrıca, toplamda üç olan koleksiyon sayımızı da altıya çıkardık.”

Centric PLM, Studio F'in faaliyetlerinin %4'ünü meydana getiren e-ticaret kanallarının Kolombiya, Meksika ve Şili'de büyümesi konusunda da önemli bir rol oynadı. Centric'in, e-ticaret sitelerine dinamik ürün bilgilerini iletebilmesi ve ürün açıklamalarını farklı pazarlar için yerelleştirebilmesi bu anlamda belirleyici oldu.

“Bilginin dağıtım şekli açısından e-ticaret siteleri mağazalardan oldukça farklı. Neyse ki Centric PLM, çevrimiçi satışlarda ürünleri ön plana çıkaracak ürün adları ve açıklamaları için kolaylıkla esnek parametreler oluşturmamıza olanak sağlıyor. Bu esneklik dil kullanımına kadar dayanıyor. Örneğin, Meksika'da kabanlar için ceket teriminin çok fazla kullanılmadığını öğrendik. Meksika'daki mağazalarımızda ve e-ticaret kanallarında ceket açıklamalarını otomatik olarak değiştirmek için Centric'in yerelleştirme özelliklerini kullandık.”

Serrate, Centric PLM'nin şirketin Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) sistemi ile olan entegrasyonunun ve gelişmiş raporlama özelliklerinin maliyetleri kontrol etme ve daha stratejik çalışma konusunda kritik önem taşıdığına dikkat çekiyor.

“Üretim zaman çizelgeleri hakkındaki bilgiler, süreç betimleri, teklifler ve malzemeler PLM'den ERP'ye iletiliyor ve kârı doğru şekilde hesaplayıp fiyatları belirleyebiliyoruz. Ardından, fiyat bilgilerimizi satış noktalarımızla paylaşıyoruz.”

Serrate bu konudaki sözlerine şöyle devam ediyor: “PLM, üst yönetim kadromuza koleksiyonların gidişatını konsolide ederek yansıtıyor. Şirket hedeflerini göz önünde bulundurarak süreçlerimizi ve önceki yılda belirlenen bütçelere uygunluğunu takip edebiliyoruz. Eski çözümümüz raporlama yapmamıza veya bilgilerin bütünlüklü olmasına olanak sağlamıyordu ve belirli noktalarda yeterli bilgiye ulaşamıyorduk.”

Gelecek planları için gelişime devam

Geleceğe Centric PLM ile kucak açan Studio F, ilerleyen aşamalarda Centric'in güçlü ürün teslim takvimi özelliklerini de kullanmayı planlıyor. Serrate, Studio F ve Centric'in son beş yıl içinde başarılı bir ilişki kurduğunu ve bu ilişkinin devam edeceğini belirtiyor.

“Centric müşterileriyle yakın ilişkiler kuruyor. Doğrudan Centric ekibi ile konuşabiliyor ve sorularımıza zamanında yanıt alabiliyoruz. Oldukça hızlı çalışıyorlar ve sürekli olarak ihtiyaçlarımızı gözetiyorlar.”

Studio F'in 2014 yılında bir PLM seçmeye karar vermesinden bu yana yaşadığı süreci anlatan Serrate, sözlerini Centric olmasaydı şirketin bu kadar gelişim gösteremeyeceğini söyleyerek özetliyor.

“Şirket büyümümüzde Centric PLM'nin önemli bir payı var. Bu kadar esnek ve hızlı bir araç olmadan ürünlerde, kategorilerde ve kanallarda bir gelişim kaydedemedik ve ürünlerin pazara daha hızlı sürülmesini sağlayamazdık. Şirketimizi doğru şekilde büyütmek için bunların hepsi gerekli.”

Sonuçlar

- + Beş yıl içinde ürün sayısında %100 artış/koleksiyon sayısında iki kat artış
- + Meksika ve Şili'de 57'den 156'ya çıkarılan mağaza sayısı
- + 2 yeni ülkede faaliyete geçiş
- + PLM verilerinin desteğiyle birden fazla e-ticaret kanalının faaliyete geçmesi
- + Erkek ve çocuk bölümlerinin eklenmesi
- + Piyasaya ürün çıkarma süresinde %14 düşüş



PIYASAYA ÜRÜN ÇIKARMA SÜRESİNİ HIZLANDIRDIK VE KOLEKSİYONLARIMIZIN HER AŞAMASINI DAHA İYİ KONTROL EDEBİLİYORUZ. BU SAYEDE TASARIMDAN SATIŞA, EKİPLER ARASINDA DAHA İYİ İLETİŞİM SAĞLAYARAK VE DAHA ETKİLİ LANSMANLAR KOORDİNE EDEREK SAĞLIYORUZ.





Centric Software Hakkında

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.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com