



ИСТОРИЯ УСПЕХА GUESS

**GUESS УКРЕПЛЯЕТ СВОИ ПОЗИЦИИ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ БЛАГОДАРЯ
РЕШЕНИЮ CENTRIC ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ**

Культовый модный бренд делает капитальные вложения в
технологии для достижения успешных результатов

 CentricSoftware™

© 2022 Centric Software Inc. Все права защищены.

«Это решение полностью изменило нашу жизнь».

Дэниел Ботей, вице-президент по управлению глобальными запасами в Guess Europe Sagl, описывает свое отношение к Centric Planning, инновационному облачному решению, в котором реализованы лучшие практики омниканального розничного и оптового планирования.

Еще до пандемии COVID-19 культовый бренд одежды и аксессуаров Guess уже начал думать о переходе на решение для планирования следующего поколения. Будучи крупной всемирной компанией со значительным розничным и оптовым бизнесом и сложным ассортиментом продукции, компания Guess имела тысячи продуктов и артикулов, размещенных во множестве электронных таблиц, длительные сроки производства и трудности с удовлетворением требований мерчендайзеров. Из-за внезапных изменений, вызванных пандемией и продолжающимися карантинами, работа команд стала более стрессовой и напряженной. Хуже всего то, что потребители не всегда могли найти продукты, которые они искали, в магазинах или в Интернете. Жизнь «за кулисами», как и во многих больших и малых розничных сетях, стала еще более лихорадочной из-за нестабильности того времени, и это влияние ощущается до сих пор.

Как компании Guess во время пандемии удалось стать еще сильнее, чем раньше?

СМЕЛЫЙ ШАГ В НЕСПОКОЙНОЕ ВРЕМЯ

Незадолго до пандемии COVID компания Guess развернула новую стратегию, направленную на увеличение операционной прибыли, вызванную желанием повысить качество бренда, сократить деятельность по продвижению, быстрее реагировать на сбои на рынке и, что наиболее важно, поставить потребителя на первое место. Пришло время найти технологическую платформу, чтобы воплотить эту стратегию в жизнь.

Потом грянула пандемия. Офисы закрылись, совместная работа была затруднена, а все предыдущие проблемы планирования усугубились. Поскольку локдауны и повторные открытия происходили в разное время в разных странах и регионах, прогнозы продаж сильно колебались. Дэниел говорит: «Честно говоря, я не помню более сложного периода в своей жизни. Нам было действительно трудно. Я поговорил с нашим генеральным директором Карлосом Альберини, чтобы попросить его о поддержке в продвижении проекта планирования, который, конечно же, был приостановлен из-за пандемии».

Мир не знал, чего ожидать, и вполне оправданно, компании действовали осторожно. Компания Guess предусмотрительно продолжила идти по намеченному курсу в то время, когда царила неопределенность. Г-н Ботей продолжает: «Карлос действительно оказал нам поддержку, осознавая, что в данных обстоятельствах нам еще более остро нужен этот инструмент для планирования. Поэтому мы возродили проект во время первого карантина».



Guess сделал этот скачок, и результаты были удивительными. «До COVID наша операционная маржа на конец 2020 финансового года составляла 5,6%. Мы закрыли прошлый год на уровне 12%. Это огромное увеличение прибыли!» Господин Ботей показывает график. «Вы можете увидеть увеличение на 250 базисных пунктов только из-за более низкой рекламной активности». Конечно, это было связано с тем, что они смогли выполнить свой план действий до пандемии, но г-н Ботей отмечает: «Если бы у нас было слишком много запасов, мы бы не справились. Решение Centric для планирования помогло нам неуклонно следовать нашей стратегии и очень, очень сильно увеличить нашу прибыльность».

ОРИЕНТИРУЙТЕСЬ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ: ПОСТАВЛЯЙТЕ ПРАВИЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ В НУЖНОЕ МЕСТО И В НУЖНОЕ ВРЕМЯ

Guess предлагает 25 категорий товаров в более чем 100 странах, около 1000 магазинов прямого управления по всему миру и 1600 магазинов в целом. Guess использует омниканальную бизнес-модель, осуществляя продажи через несколько точек взаимодействия, таких как электронная коммерция, розничная торговля и, что особенно важно в Европе, оптовая торговля, где Guess поддерживает сеть, насчитывающую около 4000 оптовых клиентов.

Компания использовала таблицы Excel для осуществления закупок и мерчандайзинга. Г-н Ботей говорит: «Мы работаем примерно в 30 странах Европы. Каждый из мерчандайзеров предоставлял таблицу Excel в своем формате, в которой были перечислены продукты, которые им нужны, и те, которые не так актуальны в их стране или на рынке. Это был сложный процесс, потому что мерчандайзерам, а также байерам требовалось очень много времени, чтобы собрать всю эту информацию воедино, чтобы попытаться охватить потребности рынков».

Команда работала с очень большими и сложными электронными таблицами. Г-н Ботей говорит: «У нас есть 8 000 артикулов в каждой коллекции, мы запускаем по 4 коллекции в год. Мы должны были разделять наши команды и файлы по категориям продуктов, потому что не могли управлять всеми артикулами в одном месте. Итак, у нас было множество таблиц Excel — конечно, не связанных и не синхронизированных — и каждый работал только над частью целого». Это что касалось планирования. Также нашей управленческой команде и ключевым бизнес-руководителям требовался общий обзор ситуации, но они не могли получить его с помощью существующего процесса. Программа на основе электронных таблиц уже не была достаточно мощной, чтобы справляться с огромным количеством информации и сложностью.

Г-н Ботей отмечает: «Нам нужен был инструмент планирования, чтобы иметь все данные в одном месте и иметь возможность получать разные виды и представления одной и той же картины. Мы имеем дело с разными валютами, разными вкусами клиентов, разными трендами в разных странах. Наличие всех географических переменных, а также широкий ассортимент и количество артикулов делают работу специалистов по планированию очень тяжелой».



Guess принял решительные меры, разработав новую амбициозную бизнес-модель, в которой решалась задача увеличения операционной маржи по четырем направлениям: себестоимость продукта, продвижение бренда, заполняемость и операционная эффективность. Для достижения этих целей компания Guess стремилась быстрее реагировать на сдвиги на рынке, перемещать линейки продуктов премиум-класса на первую линию, сокращать излишки и скидки за счет гибкого управления товарными запасами и увеличивать маржинальность.



ТЕХНОЛОГИИ ПРОТЯГИВАЮТ РУКУ ПОМОЩИ

Временные закрытия и повторные открытия магазинов лишили команды возможности следовать первоначальным прогнозным планам. Устаревшие системы не позволяли им беспрепятственно перемещать запасы из одного канала в другой в то время, когда был бум электронной коммерции.

До внедрения Centric Planning специалисты по планированию и целые команды были перегружены работой и сильно уставали. Г-н Ботей размышляет: «Некоторые люди в моей команде были очень недовольны тем, что им приходилось проводить часы с таблицей Excel вместо того, чтобы анализировать и принимать решения. Мы привлекли их к проекту планирования, и как только они увидели концепцию, они увлеклись ей. Теперь они являются частью проекта и очень рады этому!»

СЛОЖНОСТИ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

Проблемы с цепочками поставок из-за пандемии усугубили существующие опасения. Г-н Ботей говорит: «Наше время закупок сократилось. Теперь наша команда по цепочке поставок просит нас заблаговременно оформлять заказ на закупку, чтобы выделить больше времени на производство и транспортировку. Без решения Centric Planning наша работа сегодня была бы невозможна. Это позволяет нам своевременно поставлять продукт в нужные каналы. Это огромное преимущество для нас. Отзывы всех пользователей исключительно положительные; им нравится этот инструмент. Работа с ним очень интуитивна и проста».

Г-н Ботей продолжает: «Мы все еще находимся в режиме пандемии; она сильно повлияла на посещаемость и продажи в наших офлайн-магазинах. Электронная коммерция по-прежнему работает очень хорошо. Благодаря решению Centric для планирования мы смогли переместить запасы из наших офлайн-магазинов в онлайн - туда, где это необходимо».

СЛОЖНОСТИ

- + Разные регионы, ассортименты продукции и каналы сбыта
- + Чрезмерные скидки
- + Снижение маржинальности продукта из-за сбоя цепочки поставок и повышения затрат
- + Стрессующие и демотивированные команды
- + Перемещение продукта между каналами было медленным и неэффективным

Он описывает типичную практику распродаж в конце сезона, используемую для расчистки запасов на следующий сезон. «Это одно из самых больших [негативных] воздействий на нашу маржинальность. Благодаря решению Centric Planning мы можем ограничить деятельность по продвижению, что напрямую приведет к увеличению прибыли».

НОВАЯ СТРАТЕГИЯ GUESS ОКУПАЕТСЯ ДЛЯ ВСЕХ

На вопрос, заключались ли цели проекта планирования в сокращении времени планирования и рабочей нагрузки, г-н Ботей ответил: «Наши цели более стратегические: адаптироваться к потребностям наших клиентов, быстро реагировать на рыночные сбои». Он дополняет это признанием: «Но, конечно, мы ценим преимущества внедрения инструмента планирования, такие как сокращение ручной работы и резкое сокращение времени планирования с месяца до одной недели». Другими преимуществами являются простота обновления планирования ассортимента на всем пути вверх по товарному плану, а также работа локальных региональных менеджеров непосредственно в рамках решения для выбора предпочтительных коллекций.

Еще одним преимуществом, которое нельзя упускать из виду, являются довольные сотрудники. Г-н Ботей говорит: «Настроение наших людей сейчас намного лучше, потому что мы сняли большую часть нагрузки с их плеч. Это не менее важно, чем достижение лучших финансовых результатов. Наши потребители счастливее, потому что они могут найти нужный им продукт в своих магазинах или в Интернете благодаря лучшей наглядности и повышенной гибкости с нашей стороны».

Затраты на производство сократились, потому что компания Guess объединила разработку продуктов для всех регионов в одну единую линию. Г-н Ботей говорит: «Это повышает эффективность. Без системы планирования этого было бы чрезвычайно трудно достичь».

Г-н Ботей выражает слова благодарности команде Centric. «Они не просто поставщики программного обеспечения, но и специалисты по планированию, говорящие на нашем языке. Управление проектом осуществляется безупречно и с первого дня задает тон позитивному партнерству».

ИННОВАЦИИ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА КЛИЕНТА

Guess активно использует характерный для Centric подход к работе, ориентированный на клиента. Г-н Ботей поясняет: «Во время реализации проекта мы поняли, что в этом инструменте также можно выполнять изначальное распределение. Новый модуль распределения учитывает наши потребности в этой области, позволяя нам пропустить шаг, который ранее выполнялся в отдельной программе».

Имея правильную стратегию в сочетании с правильной технологией, компания Guess смогла добиться чего-то экстраординарного в то время, когда многие в той же индустрии беспомощно барахтались. Укрепление их цифровой основы позволяет компании Guess процветать даже в сложных рыночных условиях.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- + Планы адаптированы для каждой страны, в результате чего ассортимент соответствует локальным потребностям и трендам рынка
- + Это способствовало удвоению операционной маржи с 5,6% до 12%
- + Сокращение розничного планирования с 1 месяца до 1 недели
- + Большая маневренность и гибкость для лучшего обслуживания клиентов
- + Единый источник достоверной информации обо всех данных о продуктах, доступный в любом месте и в любое время
- + Удержание сотрудников за счет исключения ранее бесполезных трудозатратных рабочих процессов и инструментов

« ДО COVID НАША ОПЕРАЦИОННАЯ МАРЖА НА КОНЕЦ 2020 ФИНАНСОВОГО ГОДА СОСТАВЛЯЛА 5,6%. МЫ ЗАКРЫЛИ ПРОШЛЫЙ ГОД НА УРОВНЕ 12%. ЭТО ОГРОМНОЕ УВЕЛИЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ! ЕСЛИ БЫ У НАС БЫЛО СЛИШКОМ МНОГО ЗАПАСОВ, МЫ БЫ НЕ СМОГЛИ ЭТОГО СДЕЛАТЬ. РЕШЕНИЕ CENTRIC ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ПОМОГЛО НАМ НЕУКЛОННО СЛЕДОВАТЬ НАШЕЙ СТРАТЕГИИ И ОЧЕНЬ, ОЧЕНЬ СИЛЬНО УВЕЛИЧИТЬ НАШУ ПРИБЫЛЬНОСТЬ. »

О GUESS (www.guess.eu)

Если Вы хотите создать идеальный модный бренд, Вам, вероятно, стоит взять легендарный гламур Голливуда и соединить его с капелькой природного французского шика. Именно это и сделали братья Марчиано чуть более 40 лет назад, когда основали Guess. С тех пор Guess превратился из пионера джинсовой одежды в глобальный лайфстайл-бренд, поддерживаемый сексуальной и вдохновляющей рекламой, которая стала культовой.

Сегодня Guess насчитывает более 1600 розничных магазинов по всему миру и предлагает коллекции для мужчин, женщин и детей, а также широкий ассортимент аксессуаров: от ювелирных украшений, парфюмерии, очков и часов до трендовой обуви и сумок.

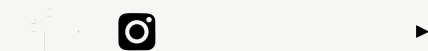
О CENTRIC SOFTWARE (www.centricsoftware.com)

Из своей штаб-квартиры в Кремниевой долине Centric Software® предоставляет платформу цифровой трансформации для компаний из индустрий моды, розничной торговли, обуви, предметов роскоши, товаров для активного отдыха, бытовой электроники и потребительских товаров, включая косметику, средства личной гигиены, продукты питания и напитки. Флагманская платформа для управления жизненным циклом продукта (PLM) компании Centric, Centric PLM™, предоставляет функционал корпоративного класса для товарного планирования, разработки продукта, снабжения и закупок, контроля качества и оптимизации портфеля продуктов специально для быстроразвивающихся потребительских отраслей. Визуальная платформа Centric Visual Innovation Platform (CVIP) представляет наглядные цифровые доски для совместной работы и принятия решений. Планирование розничной торговли от Centric — это инновационное облачное решение, разработанное Armonica Retail S.R.L., которое обеспечивает непрерывный процесс планирования розничной торговли, предназначенный для максимального повышения эффективности розничного бизнеса. Компания Centric стала пионером в области мобильности при разработке продуктов, представив первые мобильные приложения для PLM, и также компания широко известна возможностью подключения к десяткам других корпоративных систем, включая ERP, DAM, PIM, электронную коммерцию, систему для планирования и многое другое, а также к инструментам для креативных процессов, таким как Adobe® Illustrator, с помощью набора коннекторов 3D CAD. Инновации Centric на 100% ориентированы на рынок с самым высоким уровнем принятия пользователями и самым быстрым временем окупаемости в индустрии. Все инновации Centric сокращают время вывода продуктов на рынок, стимулируют инновации продуктов и сокращают затраты.

Контрольный пакет акций Centric Software принадлежит Dassault Systèmes (Euronext Paris: # 13065, DSY.PA), мировому лидеру в области программного обеспечения для 3D-дизайна, цифровых 3D-макетов и решений PLM.

Компания Centric Software получила признание и множество отраслевых наград, в том числе была включена журналом Red Herring в свой глобальный список «Топ 100» в 2013, 2015 и 2016 годах. Компания также удостоилась различных наград за выдающиеся достижения от Frost & Sullivan в 2012, 2016, 2018 и 2021 годах.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com