

GUESS BAŞARI ÖYKÜSÜ

**GUESS CENTRIC PLANNING İLE PANDEMİDEN
DAHA GÜÇLÜ ÇIKIYOR**

Öncü moda markası, başarılı sonuçlar için
teknolojiye yatırım yapıyor

 CentricSoftware™

© 2022 Centric Software Inc. Tüm hakları saklıdır.

“Bu çözüm hayatımızı tamamen değiştirdi.”

Guess Europe Sağl Küresel Stok Yönetimi Başkan Yardımcısı Daniel Botey, çok kanallı perakende ve toptan satış planlaması alanında en iyi uygulamaları içeren yenilikçi bulut tabanlı Centric Planning zm hakkında düşüncelerini aktarıyor.

İkonik giyim ve aksesuar markası Guess, yeni nesil bir planlama çözümüne geçmeyi daha COVID-19 başlamadan gündemine almıştı. Oldukça hacimli perakende ve toptan satış kanallarıyla kompleks bir ürün yelpazesine sahip dünya çapında bir şirket olan Guess, sayısız Excel tablosuyla kaydı tutulan binlerce ürün ve SKU'ya, uzun üretim tedarik sürelerine sahipti ve satıcı taleplerini karşılamakta zorlanıyordu. Salgınin getirdiği ani değişiklikler ve sürekli uygulanan sokağa çıkma yasakları nedeniyle ekiplerin stres seviyesi sürekli artıyordu. Tüketiciler mağazalarda veya internette aradıkları ürünleri her zaman bulamıyorlardı. İrili ufaklı birçok perakendeci gibi Guess için de hayat giderek daha da zor bir hal aldı, bu zorlu dönemin etkileri bugün hâlâ hissediliyor.

Peki Guess pandemiden nasıl eskisinden de daha gcl çıktı?



ÇALKANTILI ZAMANLARDA CESUR BİR HAMLE

COVID'den hemen önce, Guess, marka kalitesini yükseltme, promosyonları azaltma, pazardaki iniş çıkışlara daha hızlı yanıt verme ve en önemlisi tüketiciyi merkeze koyma arzusuyla, işletme marjlarını artırmayı amaçlayan yeni bir strateji uygulamaya koymuştu. Bunu hayata geçirmek için uygun teknoloji platformunu bulmanın zamanı gelmişti.

Ardından birdenbire pandemi başladı. Ofisler kapandı, uzaktan çalışmak zordu ve planlama daha da karmaşık hale gelmişti. Farklı ülkelerde farklı zamanlarda başlayıp biten kısıtlamalar sonucunda satış tahminleri görülmemiş biçimde dalgalanıyordu. Daniel “Doğrusu hayatımda daha zorlu bir dönem hatırlamıyorum. Gerçekten çok zordu. CEO'muz Carlos Alberini ile görüşerek, pandemi nedeniyle askıya alınan planlama projesini sürdürmek için desteğini istedim” şeklinde konuşuyor.

Hiç kimse ne olacağını bilmiyordu ve şirketler haklı olarak temkinli davranıyordu. Guess, tüm bu belirsizliklere rağmen büyüme rotasını sürdürecek öngörüye sahipti. Botey sözlerine şöyle devam ediyor: “Carlos gerçekten büyük destek verdi, bu koşullar altında ihtiyaımızın daha da acil olduğunu anladı. Bu yüzden ilk kısıtlama esnasında projeyi hayata geçirdik.”

Guess dijital dönüşüme adım atarak inanılması güç sonuçlar elde etti. "COVID'den önce, 2020 mali yılının sonunda %5.6'lık bir işletme marjımız vardı. Geçen yılı %12 ile kapattık. Bu, kârlılık açısından büyük bir artış!" diyen Botey elde ettikleri sonucu şöyle aktarıyor: "Sadece promosyonları azaltarak 250 baz puanlık bir artış elde ettik." Elbette bu, pandemi öncesi planları sürdürebilmeleri sayesindeydi, ancak Botey, "Elimizde çok fazla stok olsaydı bunu yapamazdık. Centric Planning, stratejimizi takip etmemize ve kârlılığımızı çok ama olağanüstü şekilde olanak sağladı" diyor.

TÜKETİCİYİ MERKEZE KOYUN: DOĞRU ÜRÜNÜ DOĞRU ZAMANDA DOĞRU YERE ULAŞTIRIN

Guess, dünya çapında yaklaşık 1000 doğrudan kendi işlettiği olmak üzere toplamda 1600 mağaza ile 100'den fazla ülkede 25 ürün kategorisine sahiptir. Guess, e-ticaret, perakende ve özellikle Avrupa'da yaklaşık 4000 müşterisiyle toptan satış gibi birden fazla temas noktası üzerinden çok kanallı bir iş modeli uyguluyor.

Şirket, satın alma ve merchandising süreçlerinde Excel kullanıyordu. Botey, "Avrupa'da yaklaşık 30 ülkede çalışıyoruz. Merchandiser'ların her birinde, istedikleri ve kendi ülke veya pazarlarına uygun olmayan ürünleri ayrı ayrı işaretledikleri farklı formatlarda Excel dosyaları mevcuttu. Bu sancılı bir süreçti çünkü hem merchandiser'lar hem buradaki alıcılar için tüm bu bilgileri toplayıp pazarların ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmak çok zaman alıyordu."

Ekip, çok büyük ve karmaşık Excel tabloları üzerinde çalışıyordu. Botey, "Yılda 4 koleksiyon ve koleksiyon başına 8.000 SKU'muz var. Tüm SKU'ları tek bir yerden yönetemediğimiz için ekiplerimizi ve dosyalarımızı ürün kategorisine göre bölmek zorunda kaldık. Bu yüzden birkaç farklı Excel kullanıyorduk, ama tabii ki bunlar birbiriyle bağlantılı veya senkronize değildi. Herkes bütünün sadece bir kısmı üzerinde çalışıyordu» diyor. Bu işin planlama tarafıydı. Yönetim ekibi ve şirket yöneticileri de, genel duruma ilişkin üst düzey bir görünüme ihtiyaç duyuyordu, ancak mevcut süreçlerle bunu elde edemediler. Excel gibi elektronik tablo tabanlı bir program, artık çok fazla karmaşık bilgiyle başa çıkamıyordu.

Botey, "Her şeyi tek bir yerde toplamak ve aynı resmin farklı görünümünü elde etmek için bir planlama aracına ihtiyacımız vardı. Her ülkede farklı para birimleri, farklı müşteri zevkleri, farklı trendlerle uğraşıyoruz. Tüm coğrafi değişkenlere ek olarak geniş ürün yelpazesi ve SKU sayısına sahip olmak, buradaki planlamacıların hayatını çok ama çok zorlaştırıyordu" diyor.



Guess bazı önlemler alarak yeni ve iddialı bir iş modeli tasarladı ve işletme marjını dört yönlü bir yaklaşımla ele aldı: ürün maliyeti, marka itibarı, doluluk ve operasyonel verimlilik. Bu hedeflere ulaşmak için, Guess pazardaki dalgalanmalara daha hızlı yanıt vermeyi, birinci sınıf ürün gruplarını piyasaya sürmeyi, stok fazlası ve indirimleri azaltmayı ve marjları artırmayı amaçladı.

TEKNOLOJİNİN YARDIM ELİ

Mağazaların kapalı olduğu dönemde, önceki tahminlerin gerçekleşmesi imkansız hale geldi. Eski sistemler, e-ticaretin hızla arttığı bir dönemde stokları bir kanaldan diğerine sorunsuz aktarmalarına engel oldu.

Centric Planning'den önce şirkette planlamacılar ve diğer ekipler aşırı derecede yoğun ve yorgundu. Botey şunları söylüyor: "Ekibim, doğru analiz ve kararlar verebilmek için bir Excel sayfasının önünde saatler geçirmekten çok rahatsızdı. Onları da planlama projesine dahil ettik, Centric'in vizyonunu gördüklerinde gerçekten çok ilgilendiler. Şimdi, onlar da projenin bir parçası ve bu konuda gerçekten heyecanlılar!"



TEDARİK ZİNCİRİ ZORLUKLARI DEVAM EDİYOR

Pandeminin getirdiği tedarik zinciri sorunları eskiden beri var olan endişeleri şiddetlendirdi. Botey, "Satın alma süremiz kısaldı. Şimdi tedarik zinciri ekibimiz, üretim ve nakliye daha fazla zaman kalması için PO'ları önceden girmemizi istiyor. Centric Planning olmadan bugün yapabildiklerimizi yapamazdık. Ürünü doğru zamanda doğru kanala ulaştırmak bizim için eşsiz bir kolaylık. Tüm kullanıcılardan gelen geri bildirimler gerçekten olumlu; yazılımı seviyorlar. Kullanımı çok kolay."

Botey şöyle devam ediyor, "Pandemi hâlâ devam ediyor. Bu mağaza trafiğimizi ve satışlarımızı gerçekten etkiledi. E-ticaret hâlâ son derece yüksek performans gösteriyor. Centric Planning ile, gerektiğinde stoklarımızı mağazalardan e-ticaret kanalına taşıyabiliyoruz."

Gelecek sezona yönelik stokları bitirmek için yapılan sezon sonu indirimlerini örnek veriyor: "Bu indirimler, marjlarımız üzerindeki en büyük olumsuzluklardan biri. Centric Planning ile promosyon faaliyetini sınırlandırabiliyor ve daha yüksek marjları hedefleyebiliriz."

PROBLEMLER

- + Farklı coğrafyalara yayılmış haldeki farklı ürün çeşidi ve dağıtım kanalları
- + Stok eritmek için yapılan indirimler
- + Tedarik zinciri aksaklıkları ve yüksek maliyetler nedeniyle ürün marjlarında azalma
- + Ekiplerde stres ve motivasyon azlığı
- + Ürünlerin kanallar arasında yavaş ve verimsiz taşınması

YENİ GUESS STRATEJİSİ HERKES İÇİN KARŞILIĞINI VERİYOR

Planlama projesinin hedefleri arasında planlama süresi ve iş yükünü azaltmak olup olmadığı sorulduğunda, Botey, "Hedefimiz daha stratejik: müşteri ihtiyaçlarına uyum sağlamak, piyasadaki çalkantılara hızla tepki vermek" şeklinde yanıt veriyor ve ekliyor: "Ama elbette, planlama aracı manüel iş yükünü azaltma ve planlama süresini bir aydan bir haftaya indirme gibi ciddi bir katkıda da bulundu." Ayrıca, ürün yelpazesi ve ürün çeşidi planlamasını kolayca güncellemek ve yerel ülke yöneticilerinin koleksiyonları seçerken doğrudan çözüm içinde çalışmasını sağlamak gibi faydaları da var.

Göz ardı edilmemesi gereken bir diğer fayda, çalışan memnuniyeti. Botey şunları söylüyor:

"İnsanlarımızın morali şimdi çok daha yüksek çünkü omuzlarındaki stresin çoğunu attık. Bildiğiniz gibi, bugünlerde çalışanlar hızla bir şirketten diğerine atılıyor ve mutlu bir ekip daha bağlı, daha motive oluyor. Bu en az finansal sonuçlar kadar önemli. Tüketicilerimiz de elde ettiğimiz şeffaflık ve çeviklik sayesinde ihtiyaç duydukları ürünü mağazalarda veya çevrimiçi olarak daha kolay bulabildikleri için daha mutlular."

Guess, tüm bölgelerin ürün geliştirmesini tek bir hatta birleştirdiği için üretim maliyetleri azaldı. Botey, "Böylece verimlilik elde ettik. Bir planlama sistemi olmadan bunu başarmak son derece zor olurdu" diyor. Botey, Centric ekibinden de övgüyle bahsediyor: "Onlar sadece yazılım satmıyor, aynı zamanda bizimle aynı dili konuşan uzman planlamacılar. Projeyi sorunsuz yönetiyorlar, ilk günden itibaren pozitif yaklaşımlarıyla bize destek oluyorlar."

MÜŞTERİ ODAKLI İNOVASYON

Centric'in müşteri odaklı proje yönetimi anlayışına paralel olarak Guess, çözümü şimdiden ihtiyaçlarına göre şekillendirmeye başladı. Botey şöyle açıklıyor: "Proje sırasında, ilk alokasyonu da çözüm içerisinden yapabileceğimizi fark ettik. Böylece Centric planlama ekibimizle birlikte yeni bir Alokasyon modülü geliştirdi. Hem bu alandaki ihtiyaçlarımızı karşılayan hem de daha önce ayrı bir programda yapmak zorunda olduğumuz bu adımı tamamen atlamamızı sağlayan, iş akışımıza verimlilik kazandıran bir çözüm oldu."

Doğru strateji, doğru işgücü, doğru kararları verme cesareti ve doğru teknolojiye sahip olan Guess, aynı sektörde birçok kişinin bocaladığı bir dönemde olağanüstü bir sonuç elde etmeyi başardı. Dijital temellerini güçlendirmek, Guess'in zorlu piyasa koşullarında daha başarılı, daha güçlü ve dayanıklı olmasını sağlıyor.

FAYDALAR

- + Ürün çeşitliliği ve planlamasını ülkelerin yerel ihtiyaçlarına ve pazar trendlerine uyarlayabilme kabiliyeti
- + Faaliyet marjlarının %5.6'dan %12'ye iki kat artırılmasına katkı
- + Perakende planlamasının 1 aydan 1 haftaya kısılması
- + Müşterilere daha iyi hizmet vermek için daha fazla çeviklik ve esneklik
- + Tüm ürünler için her yerden her zaman erişilebilen tek ve gerçek veri kaynağı
- + Can sıkıcı iş süreçleri ve araçlarını kaldırarak artırılan çalışan memnuniyeti

“ COVID'DEN ÖNCE, 2020 MALİ YILININ SONUNDA %5.6'LİK BİR İŞLETME MARJIMIZ VARDI. GEÇEN YILI %12 İLE KAPATTIK. BU, KÂRLILIK AÇISINDAN BÜYÜK BİR ARTIŞ! ELİMİZDE ÇOK FAZLA STOK OLSAYDI BUNU YAPAMAZDIK. CENTRIC PLANNING, STRATEJİMİZİ TAKİP ETMEMİZE VE KÂRLILIĞIMIZI ÇOK AMA ÇOK FAZLA ARTIRMAMIZA OLANAK SAĞLADI. ”

GUESS HAKKINDA (www.guess.eu)

İdeal moda markasını yaratmak istiyorsanız, Hollywood'un efsanevi cazibesini alıp, doğal Fransız şıklığıyla birleştirmeye karar verebilirsiniz. Marciano kardeşlerin 40 yıl önce Guess'i kurduklarında tam olarak yaptıkları şey buydu. O günden bu yana, Guess, bir denim öncüsünden, seksi, canlı reklamlarla desteklenen ikonik ve küresel bir yaşam tarzı markasına dönüştü.

Bugün dünya çapında 1.600'den fazla perakende mağazası bulunan Guess, erkek, kadın ve çocuklar için koleksiyonların yanı sıra takı, parfüm, gözlük ve saatten ayakkabı ve çantaya kadar geniş bir aksesuar yelpazesi sunmaktadır.

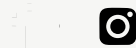
CENTRIC SOFTWARE HAKKINDA (www.centricsoftware.com)

Centric Software®, Silikon Vadisi'ndeki genel merkezinden moda, perakende, ayakkabı, lüks giyim, doğa sporları, tüketici elektroniğinin yanı sıra kozmetik ve kişisel bakım, yiyecek-içecek ürünleri gibi tüketim ürünlerine fikir aşamasından tüketiciye kadar her adımı kapsayan bir Dijital Dönüşüm Platformu sunmaktadır. Centric'in amiral gemisi Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi (PLM) platformu Centric PLM™ hızla gelişen tüketim sektörleri için özel olarak tasarlanmış ticari planlama, ürün geliştirme, tedarik, kalite ve ürün portföyü iyileştirme alanlarında hızlı ve güvenilir yenilikler sunar. Centric SMB, büyümekte olan markalarla ihtiyaç duydukları en temel işlevlerin yanı sıra sektördeki en iyi uygulamaları paylaşır. Centric Görsel İnovasyon Platformu (CVIP), işbirliği ve karar verme süreçlerinde kullanılan tamamen görsel dijital panolar içerir. Centric Perakende Planlama, perakende iş performansını en üst düzeye çıkarmak için tasarlanmış uçtan uca bir perakende planlama süreci sunan Armonica Retail S.R.L. tarafından desteklenen yenilikçi, bulutta yerel bir çözümdür. İlk PLM mobil uygulamalarını çıkaran Centric Software bu alanda öncüdür. ERP, DAM, PIM, e-ticaret, planlama gibi pek çok kurumsal sistemin yanı sıra Adobe® Illustrator gibi kreatif araçlar ve çok sayıda 3D CAD konektörüne kolayca bağlanabilir. Centric'in inovasyonları, sektördeki en yüksek kullanıcı benimseme oranı ve en hızlı yatırım geri dönüşü süresi ile %100 piyasa odaklıdır. Centric'in inovatif çözümleri ürünü pazara sunma süresini kısaltır, inovasyonu artırır ve 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: No.13065, DSY.PA) aittir.

2013, 2015 ve 2016'da Red Herring En İyi 100 Global listesine giren Centric Software, sektörle ilgili pek çok ödül almıştır. Centric ayrıca 2012, 2016, 2018 ve 2021 yıllarında Frost & Sullivan'dan çeşitli mükemmellik ödülleri almıştır.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com