

森创时装
SCFASHION

**"NUNCA TE CONFORMES CON DARLE AL
CLIENTE LO QUE QUIERE, ¡VE MÁS ALLÁ!"**
SC FASHION SE CENTRA EN EL PRODUCTO
GRACIAS AL PLM DE CENTRIC

«La transformación ha sido un tema recurrente en el sector. Algunos fabricantes han sugerido incluso sustituir humanos por robots para reducir los costes laborales. Para mí, no obstante, la transformación de nuestra forma de fabricar no se limita solo a optimizar los equipos y nuestras capacidades, también exige un cambio de mentalidad».

David Wong, cofundador de Jiaying Senchuang Fashion Co., Ltd. (SC Fashion), cree firmemente que los OEM tienen que dejar de pensar en los pedidos y empezar a hacerlo en los productos si quieren sobrevivir. SC Fashion ha experimentado este giro en sus propias carnes.

«Muchas de las marcas que son clientes nuestros están empezando a recortar sus equipos de desarrollo», explica Wong. «Por ejemplo, unos grandes almacenes estadounidenses para los que trabajamos han anunciado hace poco que su personal de diseño y desarrollo pasará del 70% al 20%. A su vez, esto nos exige ser capaces de satisfacer su demanda de desarrollo de productos».



«No creo que un OEM puro tenga mucho futuro», prosigue. Para lograr el éxito en los años venideros, será capital que nos centremos en nuestro producto y que sepamos diseñarlo y desarrollarlo».

SC Fashion ha llegado a la conclusión de que la respuesta a este reto se halla en las soluciones de gestión del ciclo de vida del producto (PLM). En 2017, la empresa invirtió en el PLM Centric 8.

Hoy en día, SC Fashion ha transformado sus capacidades para centrarse en el producto. Con el PLM de Centric como plataforma de comunicación con sus clientes y una gestión eficiente del desarrollo de productos, la compañía ha optimizado su capacidad de prestar servicios adicionales.

LÍDER DE LA REVOLUCIÓN DE LOS OEM EN LA MODA

Creada en 1992 y con sede en el Distrito Nanhu de Jiaying, a una hora en coche de Shanghái, Jiaying Senchuang Fashion Co., Ltd. (SC Fashion) es un fabricante de moda internacional que dispone de las tecnologías y sistemas de control de calidad más punteros.

Presente en 12 países y regiones, presta servicios de OEM y ODM a minoristas y marcas de ropa femenina occidentales de alta gama. Dispone de una fábrica de 80 000 metros cuadrados, una plantilla que supera los 1500 trabajadores y una facturación anual de más de 800 millones de yuanes con la venta de sus tejidos de punto y plano.

David Wong, uno de los fundadores de la compañía que cuenta con más de 20 años de experiencia en la moda, tiene mucho que decir sobre el presente y futuro de este sector. Su andadura en el mundillo se remonta a 1992, cuando comenzó a vender ropa de importación. Su estrategia era sencilla: vender de todas las formas posibles y quedarse la diferencia.

Los primeros años, la empresa recibió pedidos muy variados. Entre ellos, encargos de ropa interior de Victoria's Secret. En 2006, unos 10 años después de su fundación, la empresa decidió centrarse en los pedidos de prendas femeninas de gama media y alta fabricadas con materiales finos. La excelencia de su trabajo y su capacidad de asumir grandes pedidos pronto la convirtieron en el fabricante predilecto de muchas marcas occidentales de moda femenina.

«Nunca nos conformamos con darle al cliente lo que quiere, lo superamos», dice David Wong.



A DIFERENCIA DE OTROS
PROVEEDORES, CENTRIC
TIENE UNA FORMA DE PENSAR
VERDADERAMENTE ORIENTADA AL
PRODUCTO, QUE ES CRUCIAL PARA
OPTIMIZAR NUESTROS SERVICIOS.
ADEMÁS, EL EQUIPO DE CENTRIC
ES PROFESIONAL Y DISFRUTAMOS
TRABAJAR CON ELLOS.



DESAFÍOS

- + Datos de productos sin estructurar
- + Ingentes cantidades de documentos y comunicaciones impresas duplicadas
- + Elevada carga de trabajo para la fabricación y conservación de muestras
- + Demanda creciente de capacidad de desarrollo de productos
- + Mercado OEM competitivo y entorno comercial hostil

DAR RESPUESTA A RETOS LOCALES Y GLOBALES

Los OEM del sector de la moda china se han enfrentado a grandes desafíos en los últimos años. Algunos de ellos son el incremento del precio de los terrenos y de la mano de obra provocados por la transformación del sector de la fabricación en el gigante asiático y por la mejora de las infraestructuras y la solidez de que goza su competencia del sudeste asiático. La escalada de la guerra comercial entre China y EE. UU. ha dado lugar a un entorno tan sumamente hostil que los fabricantes de ropa han tenido que renovarse o morir.

Además, muchos de sus clientes dedican cada vez más recursos a la construcción de marca y esperan de ellos que asuman más responsabilidades en cuanto al diseño y el desarrollo de productos. El marketing de marca es lo que más ingresos genera en el sector de la moda: el 50%. A continuación, vendría el diseño y desarrollo de los productos, que supone un 40% de ellos y, por último, la fabricación, responsable del 10% del total.

«A principios de mes fui a la Semana de la Moda de Nueva York para asistir al desfile de un conocido diseñador estadounidense», cuenta Wong. «Aprendí que, hoy en día, la ropa de mujer ya no es la principal fuente de beneficios de las marcas. En su lugar, en una economía colaborativa en la que todo está conectado, cada vez más marcas intentan acercar sus productos y servicios al modo de vida de sus clientes.

RESULTADOS

- + Creación de una plataforma maestra de productos para digitalizar sus elementos
- + El PLM hace posibles la gestión y comunicación en tiempo real a través de internet
- + Reducción del ciclo de fabricación de muestras en un 25%
- + Gestión y seguimiento sencillo de las muestras a través de los datos
- + Cambio de mentalidad: de estar centrada en los pedidos, a centrarse en el producto

CREAR UNA PLATAFORMA PARA EL FUTURO

En SC Fashion se dieron cuenta de que, para satisfacer la creciente demanda de capacidades centradas en el producto, la empresa debía mejorar su forma de gestionar los datos de productos y la comunicación con sus clientes. Gran parte de sus datos estaban desperdigados en varios depósitos de datos de la organización. Por eso, cada vez había más información obsoleta, más archivos y más correos electrónicos, por lo que había que dedicar mucho tiempo y esfuerzo para encontrar lo que se necesitaba.

A finales de 2017, SC Fashion eligió a Centric Software como socio estratégico para impulsar su transformación digital. El objetivo de esta alianza es crear una plataforma de datos de productos que permita acumular y transmitir conocimiento experto, con el fin de reforzar la capacidad de la empresa para desarrollar productos. Esto permitirá que la empresa escale posiciones en la cadena de valor, preste servicios con mayores márgenes y adquiera una posición aún más sólida en el mercado.

EFICIENCIA Y COMUNICACIÓN

En un principio, con el proyecto de PLM se pretendía crear una plataforma maestra de productos, algo que podía resultar complejo al no existir normas definidas, y reducir los plazos de fabricación de muestras en un 25% para pasar de 20 a 15 días. Ambas cosas han sido posibles.

Con el PLM de Centric ahora es fácil guardar y copiar datos desde y hacia las distintas bases de datos para cada producto, incluyendo el coste de materiales, los resultados de las pruebas, las características técnicas y la información de las etiquetas. La plataforma permite acceder a los datos en todo momento y trabajar entre usuarios de forma eficiente.

El PLM también es una forma eficaz de transmitir los datos de productos a las marcas. Puesto que los pedidos pequeños y el alto número de lotes provocaban frecuentes cambios en las especificaciones de los productos, esta comunicación en tiempo real es fundamental para que los fabricantes originales puedan tener controlados sus costes.

«Cada vez hay más fabricantes de ropa líderes que utilizan el PLM de Centric», señala David Wong. «A diferencia de otros proveedores, cuyas soluciones se basan básicamente en un planteamiento en el que los pedidos son lo fundamental, Centric se centra verdaderamente en el producto, algo esencial para optimizar nuestros servicios. Además, en su equipo hay auténticos profesionales con los que nos encanta trabajar».





ACERCA DE JIAXING SENCHUANG FASHION CO., LTD. (SC FASHION)

Creada en 1992 y con sede en el Distrito Nanhu de Jiaying, a una hora en coche de Shanghái, Jiaying Senchuang Fashion Co., Ltd. (SC Fashion) es un fabricante textil internacional que dispone de las tecnologías y sistemas de control de calidad más punteros.

Presente en 12 países y regiones, presta servicios de OEM y ODM a minoristas y marcas de ropa femenina occidentales de alta gama. Cuenta con una fábrica de 80 000 metros cuadrados, una plantilla que supera los 1500 trabajadores y una facturación anual de más de 800 millones de yuanes con la venta de sus tejidos de punto y plana.

ACERCA DE CENTRIC SOFTWARE

Desde su sede central en Silicon Valley y con oficinas en las capitales más importantes de todo el mundo, Centric Software ofrece una plataforma de transformación digital para las marcas más prestigiosas de moda, venta minorista, calzado, lujo, material deportivo y bienes de consumo. La plataforma de innovación visual Centric VIP es una colección de paneles visuales completamente digitales para dispositivos táctiles como iPad, iPhone o televisores táctiles de gran tamaño. Centric VIP transforma la toma de decisiones y automatiza la ejecución para reducir drásticamente el tiempo de lanzamiento y la distancia de la tendencia. Centric 8, la plataforma insignia de gestión del ciclo de vida del producto (PLM) de Centric, ofrece servicios de planificación de marketing a nivel empresarial, desarrollo de productos, adquisiciones, planificación empresarial, calidad y gestión de colecciones adaptados a sectores de consumo en constante cambio. El paquete Centric SMB para pymes incluye una tecnología innovadora y conocimientos clave del sector adaptados a las pequeñas empresas.

Centric Software ha recibido numerosos premios de la industria, como el premio Frost & Sullivan al Liderazgo de un Producto de PLM para los sectores de venta minorista, moda y confección en 2018 y el premio Frost & Sullivan 2016 y 2012 a la Excelencia en la Diferenciación del Producto para PLM de venta minorista, moda y confección. Red Herring incluyó a Centric en su lista Top 100 Global en 2013, 2015 y 2016.



www.centricsoftware.com

©2018 Centric Software, Inc. Todos los derechos reservados. Centric es una marca comercial registrada de Centric Software. Todas las demás marcas y nombres de productos pueden ser marcas comerciales de sus respectivos propietarios.