

PERDRY

極度乾燥(しなさい)
Superdry.

„PLM IST EIN GAME CHANGER“
EINE STARKE BASIS FÜR DAS WACHSTUM
BEI SUPERDRY AUFBAUEN

„Wir hatten mit Excel und E-Mails gearbeitet und wortwörtlich Tausende verschiedener Spreadsheets im Einsatz. Es gab keine ‚Single-Version-of-the-Truth‘ und die Leute haben zu viel Zeit damit verbracht, Informationen zu suchen, anstatt Aktivitäten mit Mehrwert nachzugehen. Wir hatten keinen Durchblick und konnten nicht nachvollziehen, wie viele Optionen wir im Laufe der Produktentwicklung erstellt hatten. Wir wussten, PLM würde uns die Transparenz verschaffen, um diesen Prozess zu optimieren.“

Scott Robertson, Head of Central Merchandising bei Superdry, erklärt, dass die Art und Weise, wie der Fashion Retailer früher tätig war, das explosive globale Wachstum und die fokussierte Geschäftsstrategie der Marke einfach nicht unterstützt habe.

„Die Erwartungen der Verbraucher werden von den marktführenden Unternehmen im Digitalbereich festgelegt“, sagt er. „Der Druck, die Geschäftsentwicklung zu verbessern, ist höher denn je. Man kann kein starkes Haus auf einem schwachen Fundament bauen – wir wussten, dass wir eine robuste digitale Lösung brauchen, um eine hervorragende operative Leistung zu unterstützen und das Wachstum voranzutreiben.“

Seit der Einführung des Centric Product Lifecycle Managements (PLM) hat Superdry eine dramatische digitale Revolution erlebt. Das Unternehmen hat die Überschneidungen zwischen seinen Kollektionen für den Groß- und Einzelhandel optimiert, um ein einheitliches Sortiment zu schaffen. Die pünktliche und vollständige Produktlieferung ist von 70 % auf 89 % gestiegen.

Wie haben sie das geschafft?



“ UNSER AUSWAHLTEAM BESTAND AUS EINER GROSSEN ANZAHL VON BENUTZERN AUS VERSCHIEDENEN ABTEILUNGEN, UND JEDER EINZELNE VON IHNEN WÄHLTE CENTRIC ALS BEVORZUGTE LÖSUNG. ”

BRITISCHE MARKE MIT GLOBALER INSPIRATION

Die Ursprünge von Superdry liegen in der Cult Clothing Co., die nach ihrer Gründung 1985 in den wichtigsten Universitäts- und Großstädten Großbritanniens Geschäfte eröffnet hat. 2004 eröffnete das Unternehmen den ersten Superdry Store in London. Die Marke expandierte zunächst landes- und schließlich weltweit und wurde bekannt für coole, moderne Streetwear.

Die Herren-, Damen-, Schuh- und Accessoires-Kollektionen von Superdry verbinden den Vintage-Americana-Stil und an die japanische Kultur angelehnte Abbildungen und Texte mit dem britischen Stil. Das Unternehmen ist heute in 695 Markenstores in 59 Ländern tätig und verzeichnete 2018 einen Markenumsatz von 1,6 Milliarden Pfund im Retail, Großhandel und E-Commerce.

Der digitale Kanal Superdry.com von Superdry verkauft in über 100 Länder weltweit und ist von 21 internationalen Websites aus verfügbar. Das Lieferversprechen von Superdry ist mit seinem hervorragenden Kundenservice und seiner reibungslosen Rückgabepolitik eins der besten auf dem Markt.

DIE ROADMAP DEFINIEREN

Die Suche nach einer PLM-Lösung von Superdry begann, als klar wurde, dass das Unternehmen seinen bisherigen Methoden und Arbeitsabläufen entwachsen war. Den Teams, die von einer Kombination aus E-Mail, Excel-Sheets und anderen digitalen Dokumenten abhängig waren, gingen entscheidende Informationen verloren oder es entwickelten sich Fehler darin.

„Es fehlte an einer klaren Rechenschaftspflicht für Produktdaten und schlechte Daten bedeuteten eine Menge manueller Nacharbeit über alle Geschäftsbereiche hinweg“, sagt er. „Rollen, Verantwortlichkeiten und Prozesse waren schwer zu definieren, da die Menschen nicht die Transparenz hatten, die sie brauchten, um Entscheidungen abzusegnen, die die beabsichtigte Richtung jeder Kollektion widerspiegeln. Der erste Schritt hin zu einer besseren Arbeitsweise war, unsere grundlegenden Prozesse zu definieren.“

„Wir haben uns daraus entwickelt, dass unser Unternehmen aus zwei unterschiedlichen Teilen besteht: dem Retail und dem Großhandel“, sagt er. „Wir haben fast schon zwei unterschiedliche Produktpaletten entworfen, da die Zeitachsen so unterschiedlich verliefen und manche Produkte mehrfach vorkamen.“

„Wir haben begonnen, die Produktpaletten aus Retail und Großhandel zu einer weltweiten Produktpalette zusammenzufassen und so die Gesamtzahl der Optionen

HERAUSFORDERUNGEN

- + Fehler, Informationsverlust und Zeitverschwendung durch Excel- und E-Mail-basiertes System
- + Keine „Single-Version-of-the-Truth“ für Produktdaten
- + Wollte Retail und Großhandel zu einer einzigen Kollektion kombinieren
- + Mangel an klarer Rechenschaftspflicht, Rollen und Verantwortlichkeiten
- + Schlechte Visibilität von Produkten in der Entwicklung

verringert, die wir entwickeln, sowie neue Arbeitsmethoden eingeführt. Zur Unterstützung dieser Veränderung stand die Anschaffung eines PLM-Systems als Nächstes auf dem Plan.“

WARUM CENTRIC?

Superdry führte ein umfassendes Auswahlverfahren durch, um einen PLM-Anbieter zu wählen. 2017 nahm das Unternehmen sieben PLM-Anbieter für RFPs und Demos in die engere Auswahl. Dann wurden die beiden Spitzenreiter nochmal für erweiterte Demos mit wichtigen Stakeholdern einbestellt. Schließlich hat sich das Auswahlteam auf Centric Software als PLM-Partner festgelegt.

„Die Konfigurierbarkeit von Centric PLM war für uns eine entscheidende Überlegung“, sagt Robertson. „Centric verfügt auch über tadellose Modekenntnisse, mit umfangreicher Erfahrung in der PLM für die Bekleidungsindustrie. Da Centric mit einer flexiblen, agilen Herangehensweise implementiert wird, konnten wir mit dem Projekt schnell vorankommen.“

Robertson fährt fort: „Für uns war es wichtig, ein System zu haben, mit dem die Anwender auch tatsächlich arbeiten wollen. Unser Auswahlteam bestand aus einer Vielzahl von Benutzern aus unterschiedlichen Abteilungen – Designer, Merchandiser, Category Manager, Bekleidungshandwerker, Sourcing- und Produktionsteams – und jeder Einzelne von ihnen entschied sich für Centric als bevorzugte Lösung.“

ERGEBNISSE

- + Retail- und Großhandelskollektionen erfolgreich kombiniert, wodurch die Zahl der Entwicklungsoptionen reduziert wurde
- + Die pünktliche und vollständige Produktlieferung ist von 70 % auf 89 % gestiegen
- + Design-Team spart viermal im Jahr mit nur einem Knopfdruck eine Woche Arbeitszeit
- + „Single-Version-of-the-Truth“ verbessert während der gesamten Saison die Transparenz zwischen den einzelnen Abteilungen

ZEITERSPARNIS UND STRAFFUNG DER KOLLEKTIONEN

Superdry startete die Implementierung von Kernmodulen von Centric 8 PLM und schritt in Phasen voran, sodass sehr schnell komplett auf das System umgestellt wurde.

„Wir haben uns eher um das Vorankommen als um Perfektion bemüht“, erklärt Robertson. „Es ist wichtig, den Fokus auf die Menschen zu richten und darauf, wie sie sich an die Veränderungskurve anpassen. PLM bringt die Vorteile, die Sie ursprünglich festgelegt haben, wenn Sie sich auf das konzentrieren, was Ihrem Business einen Mehrwert bringt.“

Superdry ist noch dabei, Rollen, Verantwortlichkeiten und wichtige Abläufe in das System einzubetten. Allerdings sieht das Unternehmen bereits heute schon erhebliche Vorteile.

„Wir starten nicht mehr in jeder Saison bei null“, sagt Robertson. „Wir haben eine ‚Single-Version-of-the-Truth‘ für Stammdaten zu Produkten aus aktuellen und früheren Kollektionen.“

„Da wir unsere Retail- und Großhandelskollektionen gestrafft und kombiniert haben, wurde die Anzahl der Stylemöglichkeiten von rund 5.900 auf 3.900 reduziert. Früher haben wir bis zu acht Tage gebraucht, um den Lagerbestand wieder aufzufüllen, – jetzt dauert es höchstens 72 Stunden.“

Aus gestalterischer Sicht hat Centric PLM die Art und Weise verändert, wie Kleidung bei Superdry designed und entwickelt wird.

„Das Design-Team hat früher bis zu einer Woche gebraucht, um sich auf Überprüfungen vorzubereiten, weil sie alles ausdrucken und Storyboards erstellen mussten“, stellt Robertson fest. Auf all das erhält man in PLM mit einem einzigen Knopfdruck Zugriff, was ihnen viermal im Jahr eine arbeitsreiche Woche erspart. Das ist eine immense Verbesserung und ein Beispiel dafür, wie wir wieder mehr Zeit in Produktentwicklung, Design, Qualitätsverbesserung und Liebe zum Detail investieren können.“ Die Verbindung mit Adobe Illustrator ist wichtig, da unsere Designer so die Möglichkeit zu einer effizienteren Zusammenarbeit erhalten und Category Manager während der gesamten Saison Einblicke in den Designprozess.“

Da das Superdry-Team eine kontinuierliche Verbesserung der wichtigsten KPIs und eine weitere Systematisierung des Geschäfts durch Centric PLM erwartet, kommt Robertson zu dem Schluss, dass PLM Superdry das Fundament liefert, das es für eine vollständige digitale Transformation und seine zukünftige Entwicklung benötigt.

„PLM ist ein Game Changer für unser Business. Es ist ein Sprungbrett zu so vielen anderen spannenden Innovationsbereichen, vom 3D-Design bis zur Personalisierung. Die Sortimentsoptimierung, die Sortimentsplanung und die Bedarfsprognose werden durch das Medium PLM verbessert. Mit einer rundum digitalen Supply Chain haben wir die Transparenz, die wir brauchen, um zu wachsen und uns weiterzuentwickeln.“





ÜBER SUPERDRY

Superdry ist eine spannende, moderne Marke mit Schwerpunkt auf qualitativ hochwertigen Produkten, die den Vintage-Americana-Stil und an die japanische Kultur angelehnte Abbildungen mit dem britischen Stil verbinden. Ihre Merkmale sind hochwertige Stoffe, authentische Vintage-Waschungen, einzigartige Details, weltweit führende handgezeichnete Abbildungen und maßgeschneiderte Passformen in vielfältigen Gestaltungsarten. Diese Abgrenzung von der Masse verleiht der Marke eine exklusive Anziehungskraft sowie eine Anhängerschaft aus der internationalen Starszene.

Superdry verfügt über eine bedeutende und wachsende Präsenz auf der ganzen Welt und ist mit 695 Superdry Markenstores in 59 Ländern vertreten. Es gibt 139 Marken-Stores in Großbritannien und auf dem europäischen Festland, 208 Franchise- und Lizenzgeschäfte, von denen sich alle bis auf eins außerhalb Großbritanniens befinden, und 168 Konzessionen.

Superdry.com verkauft von 21 internationalen Websites aus in geschützter und sicherer Weise an über 100 Länder weltweit. Das Lieferversprechen von Superdry ist mit seinem großartigen Kundenservice und seiner reibungslosen Rückgabepolitik eins der besten auf dem Markt.

ÜBER CENTRIC SOFTWARE

Ausgehend von der Hauptgeschäftsstelle im Silicon Valley und mit Zweigstellen in Hauptstädten rund um den Globus bietet Centric Software den führenden Namen aus den Bereichen Fashion, Retail, Schuhe, Luxus- und Outdoor-Artikel, Sport und Konsumgüter eine Plattform für die digitale Transformation. Centric Visual Innovation Platform (VIP) ist eine Reihe von visuellen, vollständig digitalen Interfaces, die für Touchscreen-Geräte wie iPad und iPhone und für großformatige Touchscreens konzipiert sind. Centric VIP, die echte Revolution für Entscheidungsfindung und die Automatisierung der Ausführung, reduziert das Time-to-Market beträchtlich und verbessert die Reaktionsfähigkeit angesichts neuer Trends. Das Aushängeschild des Unternehmens, die Product-Lifecycle-Management-Plattform (PLM) Centric 8, bietet professionelle Funktionen für Merchandiseplanung, Produktentwicklung, Sourcing, Businessplanung sowie Qualitäts- und Forderungsmanagement, die speziell auf schnelllebige Verbraucherbranchen zugeschnitten sind. Centric SMB-Lösungen stellen umfassende PLM-Lösungen auf Grundlage innovativer Technologien und über die Jahre angesammelter Kenntnisse des Unternehmens für kleine Firmen bereit.

Centric Software hat bereits verschiedene Branchenauszeichnungen erhalten, darunter den „Frost & Sullivan Product Leadership Award in Retail, Fashion, and Consumer Goods/PLM“ im Jahr 2018 und den „Frost & Sullivan´s Global Retail, Fashion, and Apparel PLM Product Differentiation Excellence Award“ im Jahre 2016 und 2012. In den Jahren 2013, 2015 und 2016 war Centric auf der Liste der Global-Top-100 von Red Herring.

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com