



ARITZIA

ARITZIA กับความสำเร็จจากการใช้ PLM



บริษัทแฟชั่นค้นพบโซลูชัน
การจัดการวงจรการผลิต (PLM) ที่ใช้อย่างลงตัว

 CentricSoftware™

© 2021 Centric Software Inc. สงวนลิขสิทธิ์

“เราเคยใช้ Excel อย่างมากในการจัดการข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่มี โดยอยู่ในรูปแบบตารางข้อมูลมากมาย แต่เราไม่อาจดำเนินงานเช่นนี้และไม่อาจขยายธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปได้”

ทิม สมิต ผู้อำนวยการเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ อธิบายถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับ Aritzia ก่อนที่หันมาใช้ Centric PLM™ ว่า บริษัทเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง โดยเติบโตอย่างมากในปีหลายปีที่ผ่านมา การใช้ตารางข้อมูลและอีเมลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่ามกลางการเติบโตแบบก้าวกระโดดจึงไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ หรือกล่าวได้ว่านี่ไม่ใช่วิธีการทำงานที่พึงพาได้ ปัจจุบันนี้ Aritzia มีข้อมูลผลิตภัณฑ์ทั้งหมดรวมอยู่ในที่เดียวกัน มีขั้นตอนการทำงานที่กำหนดไว้แล้วและเป็นไปโดยอัตโนมัติ รวมทั้งมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นระหว่างสมาชิกของทีมงานต่างๆ แต่อะไรเป็นเหตุที่ทำให้เกิดผลลัพธ์เช่นนี้

การเติบโตของ ARITZIA

วาเนสซา โกลบอฟฟ์ ผู้อำนวยการการบูรณาการผลิตภัณฑ์ อธิบายเกี่ยวกับบริษัทว่า “เราเริ่มต้นขึ้นที่แคนาดาเมื่อ 37 ปีที่แล้ว และขยายมายังสหรัฐอเมริกาในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา เราเริ่มต้นเป็นร้านบูติกที่ดำเนินธุรกิจด้วยตนเองโดยขายแบรนด์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่มีการยกระดับมาตรฐาน จากจุดเริ่มต้นนี้เอง ธุรกิจของเราก็ได้พัฒนามาเป็นแหล่งออกแบบที่บูรณาการหรือผสานรวมกับธุรกิจทุกประเภทที่เกี่ยวข้อง หมายความว่าเราพัฒนากลุ่มแบรนด์ต่างๆ ตั้งแต่การออกแบบไปจนถึงการผลิตและการขายตรงไปยังลูกค้าในห้างร้านของเรา” ผู้หญิงสามารถเติบโตขึ้นมาพร้อมกับแบรนด์ของ Aritzia ซึ่งตอบโต้ทั้งความต้องการแฟชั่นสไตล์ลาลองและความต้องการของคนทำงานผ่านเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย “เรามีแนวคิดมอบความหรูหราให้แก่ลูกค้าในทุกวันผ่านทางบริการ ผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม และประสบการณ์ช้อปปิ้งที่ปรารถนา โดยดำเนินการสิ่งเหล่านี้ผ่านร้านค้าที่เราคัดสรรมาอย่างดี เรารู้สึกว่าทุกอย่างที่ผสมผสานกันนี้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และช่วยให้เราสร้างความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ได้”

การสื่อสารการตลาดหลายด้านจะดำเนินการผ่านช่องทางด้านการตลาดหลายช่องทาง เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล เป็นต้น “เราารู้ว่าการใช้สิ่งเหล่านี้ควบคู่ไปด้วยกันนั้นเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของเราและช่วยเราในการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์ได้”

รากฐานที่มั่นคงแข็งแกร่ง

เป้าหมายประการหนึ่งของ Aritzia คือ นำข้อมูลผลิตภัณฑ์เข้าไปในระบบเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ก่อนที่จะเริ่มนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนงาน นอกจากนี้ Aritzia ยังต้องการส่งเสริมให้นักออกแบบใช้เวลามากขึ้นในงานด้านผลิตภัณฑ์และใช้เวลาน้อยลงในงานด้านธุรกิจ โกลบอฟฟ์กล่าวว่า “เราต้องการพิถีพิถันและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระดับโลกในระหว่างที่เราก้าวเดินไปข้างหน้า โดยมุ่งเน้นไปที่คุณภาพจริงๆ แล้วเราใช้เวลา 3 ปีไปกับ PLM ปีแรกเป็นเรื่องการวิจัยและการทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการรายสำคัญในวงการ PLM และบริการที่นำเสนอในขณะเดียวกันก็จัดทำเอกสารเกี่ยวกับธุรกิจของเราควบคู่กันไป การดำเนินการสิ่งเหล่านี้ช่วยเราได้จริงๆ ในด้านการกำหนดขอบข่ายการทำงานและกลยุทธ์ที่จะเริ่มนำมาใช้”

Aritzia ได้คัดเลือกผู้ให้บริการ PLM อย่างเป็นระเบียบแบบแผนและถี่ถ้วน โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ และหาข้อมูลอ้างอิงมาเชื่อมโยงไม่เพียงเท่านั้น ยังใช้กระบวนการที่เรียกว่า Stage-Gate (การประเมินและแบ่งโครงการเป็นเฟสหรือเป็นช่วงๆ ซึ่งจะผ่านแต่ละช่วงได้ ก็ต้องผ่านการตัดสินใจของผู้มีอำนาจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการก่อน) โดยร่างรายละเอียดความต้องการและพิจารณาเครื่องมือทั้งหมดที่มีอยู่ การดำเนินการเช่นนี้นับเป็นการสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งในด้านการทำความเข้าใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ Aritzia ยังคงนำมาพิจารณาใช้จนถึงทุกวันนี้ และเมื่อได้พบกับ Centric บริษัทแพลตฟอร์มนี้ก็อยู่ในขั้นตอนการคัดเลือกซึ่งจัดให้มีผู้ให้บริการมาสาธิตซอฟต์แวร์ “เราดำเนินการกับทุกรายละเอียดเพื่อทำความเข้าใจว่าเรามีช่องโหว่ตรงจุดไหนบ้าง และเราจะต้องเพิ่มกลยุทธ์หรือน่าจะเปลี่ยนแปลงในจุดไหนบ้าง” เพื่อครอบคลุมทุกด้านและไม่พลาดในส่วนใด Aritzia จึงได้แสวงหาความคิดเห็นที่เป็นกลาง “จุดที่เราได้เรียนรู้มากที่สุดจริงๆ คือ การได้พูดคุยกับลูกค้า [Centric]” และท้ายที่สุด Aritzia ก็เลือก Centric PLM



“ PLM เป็นแหล่งข้อมูลหลักจริง
เพียงแห่งเดียว ซึ่งทำให้เรา
มีแหล่งข้อมูลที่มีคุณภาพสูง
และไว้วางใจได้มาก
สำหรับใช้กับผลิตภัณฑ์
ทั้งหมดที่เราจะนำออกสู่ตลาด ”

ความท้าทาย

- + มีการเปลี่ยนแปลงการจัดแบ่งประเภทสินค้าอย่างมากโดยตลอด
- + มีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่าง
- + ต้องให้พนักงานรวบรวมข้อมูลจากหลากหลายตารางเข้าด้วยกัน
- + ต้องอาศัยพนักงานในการติดตามตัวอย่างงาน

เอาชนะการแข่งขันแบบข้าแต่มนคง

Aritzia เดินหน้าติดตั้งและนำ Centric PLM มาใช้ตามที่วางแผนไว้ โดยใช้เวลา 1 ปีในการออกแบบ สร้าง และทดสอบระบบ “นั่นหมายความว่า ในช่วง 1-3 ปีนี้ เรามีกลุ่มบุคลากรชุดเดียวกันในการทำงานเพื่อความต่อเนื่อง” โกลบอฟฟีกกล่าว จากนั้น ก็เกิดวิกฤตการณ์โควิดในช่วงที่ Aritzia ตั้งใจไว้ว่าจะเริ่มเปิดให้ใช้งาน Centric การถอยหลังไปหนึ่งก้าวด้วยการทำความเข้าใจและเตรียมทุกอย่างให้สมบูรณ์และพร้อมสำหรับการใช้งานนี้ทำให้ Aritzia สามารถทุ่มเทแรงกายแรงใจในการจัดการการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี โดยมีจัดฝึกอบรมเฉพาะสำหรับแต่ละแผนกที่ทำงานกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โกลบอฟฟีกกล่าวว่า “เมื่อผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านของเราเข้ามามีส่วนร่วม พวกเขา รู้สึกเชื่อมั่นในระบบอย่างมากเมื่อเปิดตัวให้ใช้งาน เราจึงสามารถนำระบบมาใช้ได้จริงๆ โดยแทบไม่มีเสียงคัดค้านเลย”

โกลบอฟฟีกกล่าวอีกว่า “เรา รู้สึกประทับใจมากที่ Centric เป็นระบบที่ปรับการกำหนดค่าได้และรองรับธุรกิจของเราได้เป็นอย่างดี” สำหรับผลที่ได้รับจากการใช้ซอฟต์แวร์นั้น Aritzia ปรับปรุงพัฒนาสิ่งต่างๆ อย่างต่อเนื่องได้มากกว่า 300 รายการนับตั้งแต่เปิดตัวใช้งาน สมิตให้ความเห็นว่า “แม้สิ่งที่ปรับปรุงพัฒนานั้นมีผลตอบแทนการลงทุนเป็นตัวเลขนี้น้อยแต่ก็มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจนถึงตอนนี้ สิ่งที่คุณต้องการลดให้น้อยลงที่สุดก็คือ งานด้านธุรการอย่างการแก้ไขข้อบกพร่องในระบบ...” เขากล่าวต่อว่า “เราจะไม่ใช้เวลาไปกับงานแก้ไขข้อบกพร่องกลุ่มที่ใหญ่มูลค่าต่ำที่สุด” การปรับปรุงให้ดีขึ้นนั้นเกิดขึ้นจากคำขอของผู้ใช้ ซึ่งพิสูจน์ให้ผู้ใช้งานเห็นว่า เราฟังเสียงจากพวกเขาแล้วก็สร้างความไว้วางใจ สมิตกล่าวอีกว่า “คุณลักษณะของซอฟต์แวร์ที่ปรับการกำหนดค่าได้นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับเราในการเปิดตัวใช้งาน จัดการ และส่งมอบสิ่งที่ลูกค้า [ภายในองค์กร] คาดหวัง แล้วก็ผลักดันให้เกิดการนำไปใช้ได้จริงๆ”

การส่งเสริมการเติบโตด้วย CENTRIC PLM

PLM สร้างผลลัพธ์อย่างเห็นได้ชัดในหลายๆ ด้านของบริษัท ได้แก่ ประสิทธิภาพโดยรวม การสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับลูกค้า การสร้างความยั่งยืน และอีกสิ่งที่ยั่งยืนไม่ได้ คือ ความพึงพอใจของลูกค้า

สมิตกล่าวว่า “PLM เป็นแหล่งข้อมูลหลักจริงเพียงแห่งเดียว ซึ่งทำให้เรามีแหล่งข้อมูลที่มีคุณภาพสูงและไว้วางใจได้มากสำหรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่เราจะนำออกสู่ตลาด และจากนั้น ในเฟสต่อไป เราก็จะผสานรวมข้อมูลนั้นเข้ากับเครื่องมือวางแผนงานของเรา เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงโอกาสและวางแผนการซื้อให้เหมาะกับโอกาสนั้น”

การบูรณาการกับธุรกิจทุกประเภทที่เกี่ยวข้องส่งผลให้ Aritzia มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเป็นพิเศษกับลูกค้า ซึ่งให้ความคิดเห็นอย่างเข้มข้นในเรื่องสโลสกับพนักงานในร้านค้าปลีก ทั้งนี้เป็นไปตามสิ่งที่พนักงานเห็นในร้านค้ากับลูกค้า หากมีปัญหาด้านประสบการณ์ในวงกว้าง Aritzia ก็สามารถไล่แก้ได้อย่างถูกต้อง “เรามุ่งมั่นอย่างจริงจังในเรื่องคุณภาพ และนั่นหมายถึงการวิวัฒนาการ การสร้างนวัตกรรม และการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการที่ดียิ่งขึ้น” โกลบอฟฟีกกล่าว “เมื่อไปที่เว็บไซต์ aritzia.com คุณจะเห็นได้ว่า เรามีการจัดแบ่งประเภทสินค้ามากมาย เพราะเราพยายามที่จะหาอะไรที่พิเศษเฉพาะสำหรับคุณ” แต่การจัดแบ่งประเภทสินค้าให้ครอบคลุมมากขึ้นนั้นเป็นเรื่องที่น่าท้าทายอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้ PLM เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการช่วยให้การจัดแบ่งนี้เกิดขึ้นได้

เทคโนโลยีทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

โกลบอฟฟีกกล่าวว่า “หนึ่งในสิ่งที่เรามุ่งมั่นขึ้นำให้เรามองเห็นแนวทางการยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีสำหรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าเรามีวันเริ่มและวันสิ้นสุดของโครงการเหล่านี้ ตลอดจนมั่นใจได้ว่าเราสร้างทีมงานพร้อมทักษะความสามารถที่ต้องมีเพื่อความสำเร็จ” เธอกล่าวถึงเรื่องในอนาคตที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ อาทิ ความคิดริเริ่มเกี่ยวกับ PLM เทคโนโลยีอื่นๆ และความสำคัญในการรักษาสมาชิกในทีมที่เธอเป็นผู้นำว่า “หากปราศจากเทคโนโลยี บริษัทก็จะไม่มีประสิทธิภาพ ไม่น่าสนใจที่จะทำงานให้ และฉันคิดว่า เมื่อคุณสามารถก้าวข้ามขีดจำกัดใหม่ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพิ่มผลกำไร... ทั้งหมดนี้คือการให้รางวัลที่ดีกับตัวคุณในฐานะที่เป็นบุคลากรที่ทำงานในทุกวัน” และสิ่งที่ควรค่าแก่กล่าวถึงคือ แม้ว่าจะเกิดวิกฤตกับธุรกิจค้าปลีกที่ต้องปิดทำการในระหว่างที่เกิดการระบาดใหญ่ของโควิด Aritzia กลับไม่ปลดพนักงานขายปลีกเลยแม้แต่คนเดียว การกระทำดังกล่าวแสดงถึงการยึดถือความมุ่งมั่นที่มีต่อธุรกิจลูกค้า และบุคลากรของตน

ผลลัพธ์

- + จัดแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ครอบคลุมมากขึ้น
- + นักออกแบบใช้เวลาไปกับการออกแบบได้มากขึ้น
- + ไม่ต้องใช้โปรแกรมตารางข้อมูลอีก
- + พนักงานสามารถทำงานได้สะดวกรวดเร็วขึ้น และรู้สึกพึงพอใจ





ข้อมูลเกี่ยวกับ ARITZIA (www.aritzia.com)

Aritzia เป็นแหล่งออกแบบอย่างมีนวัตกรรมและเป็นร้านแฟชั่นบูติก เราทำงานเพื่อสไตล์สำหรับบุคคล ยึดมั่นในคุณภาพ และมองว่าการช้อปปิ้งควรเป็นเรื่องสนุก ทุกอย่างนี้เกิดขึ้นจากการที่ตระกูลอีลีริเริ่มธุรกิจของ Aritzia ในห้างสรรพสินค้าเก่าแก่ที่มีอายุ 70 ปีในเมืองแวนคูเวอร์ โดยไบรอัน อีลีเปิดร้านบูติกที่ดำเนินธุรกิจด้วยตนเองเป็นแห่งแรกในปี 1984 แนวคิดในขณะนั้นเป็นแบบเรียบง่ายที่ว่า “นำเสนอเสื้อผ้าที่สวยงามด้วยความมุ่งมั่นพร้อมกับการที่เป็นเลิศ” และดูเหมือนผู้หญิงจะชอบสิ่งที่เราทำ เราจึงเติบโตขึ้นมาได้ และเราก็เติบโตขึ้นเรื่อยๆ นับตั้งแต่นั้นมา

เราพัฒนาแบรนด์ของตนเอง โดยให้แต่ละแบรนด์มีชื่อพร้อมทีมครีเอทีฟและหลักแห่งความงามเป็นของตนเอง แต่ในฐานะกลุ่ม แบรนด์ต่างๆ มีสิ่งที่เหมือนกันอยู่ 2-3 ประการ นั่นคือ เสน่ห์ที่ไม่ต้องใช้ความพยายาม การมุ่งความสำคัญไปที่ความลงตัว และมุมมองที่กำลังเป็นที่นิยมมากที่สุด เราทุ่มเทให้กับสิ่งละอันพันละน้อย จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้เราค้นพบโรงผลิตและโรงงานที่ดีที่สุดในโลก พิจารณาทุกตะเข็บ ทุกจีบ และทุกกระดุมอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วครั้งแล้ว และผลิตเสื้อผ้าที่สวยงามและให้ความรู้สึกดีมากกว่าผู้สวมใส่ ยิ่งไปกว่านั้น เรายังคัดสรรส่วนประกอบทุกชิ้นจากแบรนด์ที่เราชื่นชอบ... แบรนด์ที่ึดมั่นในการออกแบบและมีฝีมือเป็นอย่างมากเท่ากับที่เรายึดมั่น

ข้อมูลเกี่ยวกับ CENTRIC (www.centricsoftware.com)

Centric Software ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ที่ซิลิคอน วาลเลย์ ให้บริการแพลตฟอร์มการเปลี่ยนแปลงเป็นดิจิทัลสำหรับแบรนด์ชื่อดังในด้านแฟชั่น การค้าปลีก รองเท้า สินค้าแฟชั่น สินค้าสำหรับกิจกรรมกลางแจ้ง และสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งรวมถึงเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม อาหาร และเครื่องดื่ม Centric 8 แพลตฟอร์มการจัดการวงจรการผลิต (PLM) ที่สำคัญของ Centric มอบฟังก์ชันการวางแผนการดำเนินงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัสดุ คุณภาพ และการรวบรวมที่ปรับให้เหมาะสมโดยเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว Centric SMB มีเทคโนโลยี PLM อันเป็นนวัตกรรม และมีข้อมูลการเรียนรู้ที่สำคัญทางอุตสาหกรรมสำหรับแบรนด์ต่าง ๆ ที่กำลังพัฒนา Centric Visual Innovation Platform (VIP) มอบประสบการณ์ด้านภาพและทางดิจิทัลแบบใหม่อย่างเต็มที่สำหรับการทำงานร่วมกันและการตัดสินใจ รวมทั้งยังมี Centric Buying Board ที่จะเปลี่ยนเชชชชันการซื้อภายในและเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้การตัดสินใจ และ Centric Concept Board สำหรับการขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมทั้งหมดของ Centric ช่วยลดเวลาในการทำตลาด ส่งเสริมนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และลดต้นทุนต่าง ๆ

Dassault Systèmes (Euronext Paris: #13065, DSY.PA) เป็นเจ้าของรายใหญ่ของ Centric Software และเป็นผู้นำของโลกในด้านซอฟต์แวร์ออกแบบ 3 มิติ การทำรูปจำลองแบบ 3 มิติ และโซลูชัน PLM

Centric Software ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมหลายรายการ ซึ่งรวมถึงการได้รับเสนอชื่อจาก Red Herring ให้อยู่ในรายการ Top 100 Global ในปี 2013, 2015 และ 2016 นอกจากนี้ Centric ยังได้รับรางวัลยอดเยี่ยมอีกหลากหลายรายการจาก Frost & Sullivan ในปี 2012, 2016, 2018 และ 2021 อีกด้วย

 CentricSoftware™



www.centricsoftware.com

© 2021 Centric Software Inc. สงวนลิขสิทธิ์ Centric Software คือเครื่องหมายทางการค้าที่จดทะเบียนของบริษัท Centric Software
แบรนด์และชื่อผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งหมดอาจเป็นเครื่องหมายทางการค้าของเจ้าของรายอื่น