



REPLAY

SUCCESS STORY

CENTRIC PLANNING SORGT FÜR MEHR WACHSTUM UND DATENTRANSparenZ BEI REPLAY

Die datenorientierte Lösung unterstützt die
Entscheidungsfindung, strafft die Planung und
Prognosen und erhöht den Gewinn.



„Dank Centric Planning profitieren wir jetzt von einer vollständigen Datentransparenz und einer Single Source of Truth im gesamten Unternehmen. Das ermöglicht es den Teams, flexibler, agiler und reaktionsfähiger zu handeln.“ – Paolo Pietrobon, CIO bei REPLAY

„Die Implementierung von Centric Planning ist Teil unserer globalen digitalen Transformation. Wir sind begeistert von der Transparenz und dem Datenmanagement, die wir jetzt haben“, so Paolo Pietrobon, CIO bei REPLAY. „Wir mussten die digitalen Lösungen und Geschäftsprozesse für unsere globalen Teams optimieren, um die strategische Entscheidungsfindung, die Kampagnenanalyse und die Reaktionsfähigkeit während der Saison zu unterstützen, um Chancen für unsere Großhandelskunden zu erkennen und zu nutzen.“

Seit der Einführung von Centric Planning™ im Jahr 2019 hat REPLAY phänomenale Ergebnisse mit einer vereinheitlichten Sicht auf die Daten im gesamten Unternehmen erzielt. Das Unternehmen hat seine Vertriebsplanung, -steuerung und -prognose von Grund auf umgestaltet. Der Zeitaufwand für Verkaufsanalysen ist um 10 % gesunken, die Dauer der Budgeterstellung wurde halbiert, und das Time-to-Market wurde um ein bis zwei Wochen verkürzt. Centric Planning hat zudem das zweistellige Umsatzwachstum von REPLAY unterstützt.

Bevor REPLAY auf Centric Planning stieß, suchte das Unternehmen nach einer digitalen Lösung, um seine Vertriebsteams in die Lage zu versetzen, das Großhandelsgeschäft weltweit auszubauen und gleichzeitig seine starke Position in Europa und Italien zu halten.

Nach 40 Jahren als kultige Jeansmarke war REPLAY mit dem rasanten Tempo der Modebranche vertraut und wusste, dass man das Time-to-Market verkürzen musste. Es ging jedoch wertvolle Zeit verloren, weil die Teams keinen Zugriff auf Echtzeit-Daten hatten und Tools wie E-Mail und Excel für den Informationsaustausch, die Leistungsanalyse, die Planung von Verkaufskampagnen und die Verfolgung von Budgets verwendeten. Die Zuverlässigkeit der Daten war ebenfalls eine enorme Herausforderung, da sie mit unterschiedlichen Tools erfasst und gefiltert wurden.

„Die Modebranche ist äußerst schnelllebig. Um die Bedürfnisse unserer Großhandelskunden besser vorhersehen zu können, die Markteinführung zu beschleunigen und das Wachstum anzukurbeln, mussten wir unsere Systeme und Prozesse optimieren“, erklärt Monica Frattin, Business Strategy Director bei REPLAY. „Mit Centric Planning haben wir die Tools, die wir für unser Vertriebsteam und unsere Partner brauchen, um effizienter zu arbeiten, schnelle strategische Entscheidungen zu treffen und volle Transparenz über die saisonale Leistung und die Budgets zu erreichen. Wenn man in neue Märkte expandiert, ist es von entscheidender Bedeutung, dass unseren Teams die gleichen Tools zur Verfügung stehen.“



ITALIENISCHE TRADITION, INTERNATIONALER STIL

Die 1981 gegründete Fashion Box S.p.A. ist ein führendes internationales Unternehmen im Denim-Sektor. Die italienische Gruppe mit Sitz in Asolo (Treviso) entwirft, vermarktet und vertreibt Freizeitkleidung, Accessoires und Schuhe für Damen, Herren und Kinder. Das Unternehmen firmiert unter den Marken REPLAY, REPLAY&SONS und WE ARE REPLAY.

Die italienische Denim- und Smart-Casual-Wear-Marke hat sich seit ihrem Debüt nach diesem Motto weiterentwickelt, indem sie das Beste aus der Vergangenheit aufgreift und ihm einen modernen Touch verleiht.

Die Mission des Unternehmens war es schon immer, das Beste an innovativem Stil, typisch italienischem Design und hochwertigen Produkten anzubieten. Derzeit vertreibt REPLAY 70 % seiner Produkte in Europa, 10 % in Italien und 20 % im Nahen Osten sowie in Amerika und Afrika. 70 % des Geschäftsvolumens entfallen auf den Großhandel, zu dessen Kunden Multimarken-Kaufhäuser, unabhängige Boutiquen und Vertriebsnetze gehören. Die übrigen 30 % des Geschäfts werden über Outlets und E-Commerce abgewickelt.

„Unser Ziel ist es, unsere starke Position in Europa und Italien zu halten und gleichzeitig unseren Marktanteil weltweit zu erhöhen“, sagt Frattin. „Um das zu erreichen, müssen wir vorbereitet sein, auf dem Laufenden bleiben und Zugang zu Echtzeit-Daten haben.“

HERAUSFORDERUNGEN

- + Konkurrenz mit Fast-Fashion-Unternehmen
- + Prognose von Kundenbedürfnissen
- + Fehlende Echtzeit-Daten für Prognosen und Budgetierung
- + Unterschiedliche Systeme in den Teams
- + Zugriff auf und gemeinsame Nutzung von Daten
- + Mangelnde Transparenz für die Entscheidungsfindung





OPTIMIERTE PLANUNGSLÖSUNG = LEISTUNGSSTARKE ANALYSEN UND GESCHÄFTSWACHSTUM

Das REPLAY-Team ist sehr groß und besteht aus einem Corporate Team, Country Managern und lokalen Sales Managern, die direkt mit Großhandelskunden von Kaufhäusern bis hin zu Boutiquen zu tun haben. Centric Planning ist eine kollaborative Lösung, die alle Teams vernetzt und für die Analyse vor der Saison, die saisonale Budgetierung, die Preisgestaltung, die Umsatzprognose und die Kundenstrategien verwendet wird.

Die wichtigsten Prioritäten für REPLAY waren die Beschleunigung der Planung und des Managements von Verkaufskampagnen während der Saison, um die Budgetziele zu erreichen.

„Vor Centric Planning wurde alles in Excel und E-Mail gespeichert und ausgetauscht. Das war einfach nicht effizient“, sagt Pietrobon.

[„Wir brauchten eine universelle, schlanke Planungs- und Prognoselösung, die umfassende Einblicke, Echtzeit-Daten und mehr Transparenz bietet. Das haben wir bei Centric gefunden.“](#)

Centric Planning hat REPLAY in die Lage versetzt, die Vorteile automatischer Vorschläge auf Basis historischer Daten von Großhandelskunden zu nutzen und ganz einfach Szenarien zu vergleichen, um für mehr Effizienz bei der Entscheidungsfindung zu sorgen. Vertriebsteams können Kunden dabei helfen, die tatsächliche Nachfrage zu prognostizieren, um den Bestand zu optimieren, Zahlen zu ermitteln, um genau zu planen, das richtige Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort einzuführen und gemeinsam datengestützte Entscheidungen zu treffen, um das Time-to-Market zu verkürzen.

„Centric Planning ist für unser Vertriebsteam sehr einfach zu handhaben und die Analysefunktionen sind leistungsstark“, erklärt Pietrobon. „Unsere Teams haben die Möglichkeit, die Bestellhistorie und die Performance der Kunden einzusehen, Verkaufskampagnen strategisch zu analysieren und zu steuern und auf Basis von Echtzeit-Daten schnell zu reagieren.“

Da alles in Echtzeit aktualisiert wird, können Kundenaufträge und Pläne rasch geändert werden, um auf Marktchancen und -risiken zu reagieren. Die Vertriebsteams sind so in der Lage, das zu tun, was sie am besten können. Das führt zu einer enormen Zeitersparnis und trägt zu mehr Umsatz und Wachstum bei.

INNOVATIONSORIENTIERTE, STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT

REPLAY entschied sich für Centric aufgrund der Zuverlässigkeit, der Benutzerfreundlichkeit und Integration, des individuellen Ansatzes und der umfassenden Erfahrung in der Modebranche. Da das Vertriebsteam von REPLAY kontinuierlich wächst, waren eine hohe Benutzerakzeptanz und eine intuitive Benutzeroberfläche unerlässlich.

„Wir haben festgestellt, dass das Team von Centric offen dafür war, die Lösung so zu konfigurieren, dass sie unseren spezifischen Anforderungen entspricht“, so Pietrobon. „Das wichtigste Entscheidungskriterium für uns waren die Menschen, mit denen man zusammenarbeitet, sowie ihre Kompetenz und ihr Engagement, Lösungen für unsere individuellen Probleme zu finden.“

Die Implementierung von Centric Planning bei REPLAY erfolgte innerhalb von sechs Monaten – pünktlich, plangemäß und innerhalb des Budgets. Genutzt wird das System vom gesamten internationalen REPLAY-Verkaufsteam. Das Centric-Team arbeitete bei der Implementierung eng mit REPLAY zusammen und verfolgte einen iterativen, agilen Ansatz. „Wir sind den Prozess Schritt für Schritt durchgegangen und haben das System so angepasst, dass es unseren Anforderungen entspricht“, weiß Pietrobon. „Das Centric-Team hat alle Aspekte unseres Unternehmens, die Struktur der Daten, die Funktionalität und die Hierarchie des Bedarfs an bestimmten Informationen untersucht.“

Centric Planning hat die Analysemöglichkeiten von REPLAY deutlich verbessert. „Centric Planning ist in Power BI integriert und ermöglicht es uns, die Anforderungen unserer Großhandelskunden zu kontrollieren und zu überwachen“, so Frattin. „Mit Echtzeit-Daten und -Analysen können wir die Bestellhistorie leicht nachvollziehen und Lücken und Chancen erkennen. Centric hat unsere Fähigkeit, die Produktbeschaffung und Preisgestaltung zu handhaben, erheblich verbessert und unsere Kundenbeziehungen gefestigt.“

Rossano Cosci, General Manager bei REPLAY, fügt hinzu: „Mit Centric Planning sind wir in der Lage, unsere Verkaufskampagnen strategisch zu planen und den Verkaufsprozess effizient zu steuern. Das ist entscheidend, um alle Marktchancen zu nutzen und die Markenkonsistenz zu gewährleisten.“

100 Teammitglieder bei REPLAY arbeiten nun vollständig in Centric Planning und sprechen endlich dieselbe Sprache. So möchte die Marke ihre globalen Wachstumsziele erreichen. Die Flexibilität und Skalierbarkeit von Centric sind ein Vorteil für die Strategie von REPLAY, deren Partnerschaft mit Centric langfristig ausgelegt ist.

„Das Team von Centric war während der agilen Implementierung immer ansprechbar, um Probleme zu lösen, und engagierte sich proaktiv bei der Suche nach Funktionen, die uns unseren Geschäftszielen näherbringen würden“, berichtet Pietrobon. „Es ist nicht üblich, Partner zu finden, die so aufgeschlossen und offen bei der Zusammenarbeit sind. Es ist eine tolle Geschäftsbeziehung und wir können uns immer auf Centric verlassen.“

ERGEBNISSE

- + Kürzeres Time-to-Market
- + Einfache gemeinsame Nutzung von Daten
- + Unterstützung für ein zweistelliges Umsatzwachstum
- + Bessere Prognose und Budgetverwaltung
- + Einfachere strategische Verkaufsentscheidungen
- + Gefestigte Kundenbeziehungen

WICHTIGE KENNZAHLEN

- + **10 %** Zeiteinsparung bei der Geschäftsanalyse
- + **50 %** schnellere Budgeterstellung
- + **1-2** Wochen kürzeres Time-to-Market

ÜBER REPLAY (<http://www.replayjeans.com/de>)

Die 1981 gegründete Fashion Box S.p.A. ist heute eines der führenden internationalen Unternehmen im Denim-Sektor. Die italienische Gruppe mit Sitz in Asolo (Treviso) entwirft, vermarktet und vertreibt Freizeitkleidung, Accessoires und Schuhe für Damen, Herren und Kinder. Das Unternehmen firmiert unter den Marken REPLAY, REPLAY&SONS und WE ARE REPLAY. Die Mission der Gruppe war es schon immer, sich durch seinen innovativen Stil, das charakteristische italienische Design und die hohe Qualität seiner Produkte auszuzeichnen; insbesondere die Kompetenz und das Know-how in der Denim-Produktion sind ein einzigartiges Kapital der Gruppe. Sie ist auf allen europäischen Märkten, im Nahen Osten, in Asien, Amerika und Afrika tätig und verkauft in über 50 Ländern. Replay besitzt 120 Einzelhandelsgeschäfte und verkauft seine Produkte zudem in rund 3.000 Multibrand-Stores. Der Name REPLAY leitet sich von den englischen Begriffen „Re-Making“, „Re-Creating“ und „Re-Elaborating“ ab, die den Gründer Claudio Buziol ansprachen, als er sie während eines Fußballspiels im Fernsehen sah. Die ikonische Marke hat sich seit ihrem Debüt nach diesem Konzept weiterentwickelt, indem sie das Beste aus der Vergangenheit aufgreift und ihm einen modernen Touch verleiht. REPLAY ist die italienische Denim- und Smart-Casual-Wear-Marke, die ihren authentischen und modernen Stil in die ganze Welt trägt.

ÜBER CENTRIC SOFTWARE® (www.centricsoftware.com/de)

Vom Hauptsitz im Silicon Valley aus bietet Centric Software renommierten Unternehmen aus den Bereichen Mode, Einzelhandel, Schuhe, Luxusgüter, Outdoor, Unterhaltungselektronik, Kosmetik und Körperpflege sowie Lebensmittel und Getränke eine Plattform für alle Prozessschritte vom Produktkonzept zum Verbraucher an. Das Aushängeschild des Unternehmens, die Plattform Centric PLM® für das Product Lifecycle Management (PLM), besticht mit Funktionen der Enterprise-Klasse für die Warenplanung, Produktentwicklung und Beschaffung sowie das Qualitäts- und Portfolio-Management und die Innovation, die speziell auf schnelllebige Konsumgüterindustrien zugeschnitten sind. Die Centric Visual Boards™ verfügen über eine visuelle Touchscreen-Plattform zur Verbesserung der Zusammenarbeit und Entscheidungsfindung. Centric Planning™ ist eine innovative, cloudnative Augmented-Intelligence-Lösung, die eine End-to-End-Planung ermöglicht, um die Leistung des Einzel- und Großhandelsgeschäfts zu maximieren. Centric Pricing™, powered by StyleSage™, ist eine KI-gestützte Marktübersichtsplattform, die datenorientierte Preis- und Sortimentsentscheidungen zur Maximierung von Umsatz und Marge erlaubt. Neben vielen anderen marktorientierten Innovationen ist Centric Software weithin bekannt für seine Konnektivität zu Dutzenden anderen Unternehmenssystemen, darunter ERP, DAM, PIM, E-Commerce und Kreativ-Tools wie Adobe® Illustrator, verschiedene 3D-CAD-Konnektoren und Nachhaltigkeits-Tools wie HIGG. Centric Software besticht durch seine herausragende Benutzerakzeptanz, eine äußerst hohe Kundenzufriedenheit und die schnellste Time-to-Value der Branche.

Centric Software ist ein Tochterunternehmen von Dassault Systèmes (Euronext Paris: 13065, DSY.PA), dem weltweit führenden Anbieter von 3D-Design-Software sowie Lösungen für 3D-Digital-Mock-up und PLM.

Centric Software hat bereits verschiedene Branchenauszeichnungen und Preise erhalten, darunter die mehrfache Aufnahme in die Global-Top-100-Liste von Red Herring. In den letzten zehn Jahren erhielt das Unternehmen außerdem fünf Auszeichnungen von Frost & Sullivan für herausragende Leistungen.

Centric Software und Centric PLM sind eingetragene Marken von Centric Software, Inc. In den USA und anderen Ländern. Alle anderen Marken und Produktnamen sind Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.



www.centricsoftware.com/de