



REPLAY

SUCCESS STORY

**CENTRIC PLANNING SOSTIENE LA CRESCITA E MIGLIORA
LA VISIBILITÀ DEI DATI DI REPLAY**

La soluzione guidata dai dati alimenta i processi decisionali, snellisce la pianificazione e le previsioni, e migliora i risultati finanziari

 CentricSoftware®

“Ora, con Centric Planning, abbiamo piena visibilità sui dati e un'unica versione della verità in tutta l'azienda. In questo modo i team sono più flessibili, agili e reattivi.”

- Paolo Pietrobon, CIO di REPLAY

“L'implementazione di Centric Planning fa parte del nostro progetto di trasformazione digitale globale e siamo entusiasti della visibilità e delle capacità di gestione dei dati che abbiamo acquisito,” afferma Paolo Pietrobon, CIO di REPLAY. “Avevamo bisogno di snellire le soluzioni digitali e i processi operativi per supportare i nostri team globali nelle decisioni strategiche, nell'analisi delle campagne e nella reattività stagionale, per individuare e sfruttare opportunità per i nostri clienti grossisti.”

Con l'adozione di Centric Planning™ nel 2019, i team hanno conseguito risultati fenomenali grazie a una visione unificata dei dati in tutta l'azienda. Hanno di fatto reinventato le attività di pianificazione, gestione e previsione delle vendite. Il tempo dedicato all'analisi delle vendite è diminuito del 10%, i tempi di preparazione dei budget sono stati dimezzati e il time-to-market è stato ridotto di 1-2 settimane. Centric Planning ha anche sostenuto la crescita delle vendite di REPLAY con tassi a doppia cifra.

Prima di individuare Centric Planning, REPLAY aveva cercato una soluzione digitale che aiutasse i team di vendita a sviluppare il business all'ingrosso in tutto il mondo, mantenendo al tempo stesso le posizioni di forza in Europa e in Italia.

Avezza ai ritmi forsennati dell'industria della moda grazie a 40 anni di storia come marchio iconico dell'abbigliamento denim (jeans), REPLAY era consapevole di dover accelerare il time-to-market. L'azienda sprecava infatti tempo prezioso perché i team non avevano accesso a dati in tempo reale e utilizzavano strumenti come posta elettronica ed Excel per condividere le informazioni, analizzare i risultati, pianificare le campagne di vendita e monitorare i budget. Anche l'affidabilità dei dati era un grosso problema, perché i dati venivano raccolti e filtrati con gli strumenti più disparati.

“Il settore della moda si muove molto velocemente e, per anticipare meglio le esigenze dei nostri clienti grossisti, per accelerare il time-to-market e per sostenere la crescita, dovevamo snellire sistemi e processi,” afferma Monica Frattin, Business Strategy Director di REPLAY. “Centric Planning ci mette a disposizione gli strumenti di cui i nostri team di vendita e partner hanno bisogno per essere più efficienti, per supportare decisioni strategiche rapide e per avere piena visibilità sui risultati e sui budget stagionali. Poter disporre degli stessi strumenti per tutti i nostri team è fondamentale quando si punta a espandersi in nuovi mercati.”



TRADIZIONE ITALIANA, STILE INTERNAZIONALE

Fondata nel 1981, Fashion Box S.p.A. è una multinazionale leader nell'abbigliamento denim. Il gruppo italiano con sede ad Asolo (Treviso) crea, promuove e distribuisce abbigliamento casual, accessori e calzature per uomo, donna e bambino. I prodotti vengono commercializzati con i marchi REPLAY, REPLAY&SONS e WE ARE REPLAY.

REPLAY è un marchio italiano di abbigliamento denim e smart casualwear nato e cresciuto in questo segmento, grazie alla capacità di prendere il meglio del passato e riproporlo con un gusto contemporaneo.

La missione dell'azienda è da sempre offrire il meglio in termini di stile innovativo, design italiano e prodotti di qualità superiore. Attualmente REPLAY distribuisce il 70% dei prodotti in Europa, il 10% in Italia e il 20% in Medio Oriente, Americhe e Africa. Il 70% dell'attività è distribuzione all'ingrosso, con un portafoglio clienti che comprende grandi magazzini multimarca, boutique indipendenti e reti di distribuzione. Il restante 30% dell'attività passa attraverso i canali di outlet ed e-commerce.

“Il nostro obiettivo è mantenere le posizioni di forza in Europa e in Italia, aumentando al tempo stesso la quota di mercato globale,” dice Frattin. “Per farlo, dobbiamo essere preparati, aggiornati e avere accesso a informazioni in tempo reale.”

SFIDE

- + Concorrenza con i marchi di fast fashion
- + Anticipare meglio le esigenze dei clienti
- + Mancanza di informazioni in tempo reale per previsioni e budget
- + Team dotati di sistemi diversi fra loro
- + Accesso e condivisione dei dati
- + Visibilità per guidare i processi decisionali





ANALISI AVANZATA E CRESCITA SOSTENUTA GRAZIE A UNA SOLUZIONE DI PIANIFICAZIONE SNELLA

Il team di REPLAY è molto vasto, costituito da un team corporate, da country manager e da direttori vendite locali che trattano direttamente con i clienti all'ingrosso, dai grandi magazzini alle boutiques. Centric Planning è la soluzione collaborativa che collega tutti i team e viene utilizzata per analisi prestagionali, budget stagionali, prezzi, previsioni di ricavi e strategie sui clienti.

La priorità principale di REPLAY era accelerare la pianificazione e la gestione delle campagne di vendita nel corso della stagione per raggiungere gli obiettivi di budget.

“Prima di Centric Planning, tutto veniva salvato e condiviso in Excel e posta elettronica, un approccio tutt'altro che efficiente,” afferma Pietrobon. [“Ci serviva una soluzione di pianificazione e previsione snella e universale per fornire informazioni approfondite, dati in tempo reale e maggiore visibilità. L'abbiamo trovata in Centric.”](#)

Centric Planning ha consentito a REPLAY di sfruttare suggerimenti automatici basati sui dati storici dei clienti all'ingrosso e di comparare facilmente diverse scenari per prendere decisioni più efficaci. I team di vendita possono aiutare i clienti a prevedere la domanda reale per ottimizzare l'inventario, macinare numeri per fare pianificazioni accurate, portare il prodotto giusto al posto giusto nel momento giusto, e prendere decisioni collettive guidate dai dati per accelerare il time-to-market.

“Centric Planning è semplicissimo da usare per il nostro team e le analisi sono avanzate,” spiega Pietrobon. “I nostri team possono vedere lo storico degli ordini e i risultati dei clienti, analizzare e indirizzare le campagne di vendita in modo strategico, e reagire prontamente grazie ai dati in tempo reale.”

Poiché tutto viene aggiornato in tempo reale, gli ordini di vendita e la pianificazione possono essere cambiati in brevissimo tempo per rispondere alle opportunità e ai rischi del mercato. I team di vendita sono messi nelle condizioni di fare ciò che sanno fare meglio, con un notevole risparmio di tempo e un importante contributo all'aumento delle vendite e alla crescita.

PARTNERSHIP STRATEGICA BASATA SULL'INNOVAZIONE

REPLAY ha scelto Centric per la sua affidabilità, per la facilità d'uso e integrazione, per l'approccio personalizzato e per la competenza avanzata nel settore della moda. Poiché REPLAY ha un team di vendita in continua evoluzione, era essenziale una soluzione che offrisse tassi di adozione elevati e un'interfaccia intuitiva.

“Abbiamo riscontrato come il team di Centric sia pronto a configurare una soluzione ritagliata sulle nostre specifiche esigenze,” sottolinea Pietrobon. “Il fattore decisivo più importante per la scelta di un partner sono le persone con cui lavoriamo e la loro capacità e volontà di trovare soluzioni per problemi specifici.”

L'implementazione di Centric Planning in REPLAY è stata portata a termine con successo in sei mesi, rispettando tempi, obiettivi e budget, e oggi tutto il team di vendite globale di REPLAY sta utilizzando il sistema. Il team di Centric ha lavorato fianco a fianco con REPLAY per implementare la soluzione con un approccio iterativo agile. “Abbiamo portato avanti il processo passo dopo passo e sviluppato il sistema secondo le nostre esigenze,” racconta Pietrobon. “Il team di Centric ha esaminato tutti gli aspetti del nostro business, la struttura dei dati, le funzionalità e le gerarchie necessarie per specifiche informazioni.”

Centric Planning ha notevolmente ampliato le risorse a disposizione di REPLAY per l'analisi dei dati. “Centric Planning è integrato con Power BI e ci consente di controllare e monitorare le esigenze dei nostri clienti all'ingrosso,” afferma Frattin. “Con dati e analisi in tempo reale, possiamo vedere facilmente lo storico degli ordini e individuare carenze e opportunità. Centric ha migliorato sensibilmente la nostra capacità di gestire gli approvvigionamenti e i prezzi dei prodotti, oltre a consolidare le partnership con i clienti.”

Rossano Cosci, Direttore Generale di REPLAY, aggiunge: “Con Centric Planning riusciamo a pianificare strategicamente le nostre campagne di vendita e a condurre l'esecuzione delle vendite con la massima efficienza. È questa la chiave per cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato e assicurare la brand consistency.”

Con 100 addetti del team di REPLAY già pienamente operativi su Centric Planning che “parlano la stessa lingua”, il brand punta deciso verso gli obiettivi di crescita globale. La flessibilità e la scalabilità di Centric sono risorse preziose per la strategia di REPLAY, che sa di poter contare su una partnership di lungo termine con Centric.

“Il team di Centric si è sempre mostrato disponibile per risolvere qualsiasi problema emerso in fase di implementazione, con un atteggiamento proattivo nel valutare le funzionalità che ci avrebbero avvicinato ai nostri obiettivi,” sottolinea Pietrobon. “Non capita spesso di trovare partner così reattivi e disposti a collaborare. Abbiamo un ottimo rapporto e possiamo sempre contare su Centric.”

RISULTATI

- + Riduzione del time-to-market
- + Facile condivisione dei dati
- + Crescita delle vendite a doppia cifra
- + Migliore gestione delle previsioni e dei budget
- + Semplificazione delle decisioni commerciali strategiche
- + Consolidamento delle partnership con i clienti

3 INDICATORI CHIAVE (KPI)

- + **10%** di riduzione dei tempi di analisi dell'attività
- + **50%** di riduzione dei tempi di preparazione del budget
- + **1-2** settimane di riduzione del time-to-market

INFORMAZIONI SU REPLAY (www.replayjeans.com)

Fondata nel 1981, Fashion Box S.p.A. è oggi una multinazionale leader nell'abbigliamento denim. Il gruppo italiano con sede ad Asolo (Treviso) crea, promuove e distribuisce abbigliamento casual, accessori e calzature per uomo, donna e bambino. I prodotti vengono commercializzati con i marchi REPLAY, REPLAY&SONS e WE ARE REPLAY. L'azienda punta da sempre all'eccellenza in termini di stile innovativo, design italiano e prodotti di qualità superiore. In particolare, la competenza e l'esperienza acquisite nella produzione di tessuto denim rappresentano il fiore all'occhiello del gruppo. Il Gruppo opera in tutti i mercati europei, in Medio Oriente, Asia, America e Africa, vendendo i propri prodotti in oltre 50 Paesi. Replay conta 120 negozi monomarca e circa 3.000 punti vendita multimarca. Il nome REPLAY è ispirato al concetto di "rifare", "ricreare" e "rielaborare", un'idea nata nella mente del fondatore Claudio Buziol vedendo la scritta "replay" in TV durante una partita di calcio. Questo marchio iconico è nato e cresciuto in questo segmento, grazie alla capacità di prendere il meglio del passato e riproporlo con un gusto contemporaneo. REPLAY è il marchio italiano di abbigliamento denim e smart casualwear che esporta in tutto il mondo il suo stile autentico e contemporaneo.

INFORMAZIONI SU CENTRIC SOFTWARE® (www.centricsoftware.com/it)

Dalla sua sede nella Silicon Valley, Centric Software fornisce una piattaforma dall'ideazione di prodotto al lancio alle aziende di beni di consumo che operano nei settori della moda, del retail, delle calzature, del lusso, dell'outdoor, dell'elettronica di consumo, della cosmesi e cura della persona e dei generi alimentari e bevande. Centric PLM®, la piattaforma PLM (Product Lifecycle Management) di punta dell'azienda, offre innovazioni di livello enterprise di merchandise planning, sviluppo prodotti, sourcing, ottimizzazione della qualità e del portafoglio prodotti, specifiche per i settori fast moving consumer goods. Le Centric Visual Boards™ offrono esperienze altamente visive, touch-screen, per la collaborazione e il processo decisionale. Centric Planning™ è un'innovativa soluzione cloud-native e di intelligenza aumentata che fornisce una pianificazione del retail end-to-end per massimizzare le prestazioni di business, al dettaglio e all'ingrosso. Centric Pricing™, su tecnologia StyleSage™, è una piattaforma di analisi del settore, guidata dall'intelligenza artificiale, che consente un processo decisionale basato sui dati relativi a prezzi e assortimenti di prodotti, per massimizzare ricavi e margini. Tra le molte altre innovazioni orientate dal mercato, Centric Software è ampiamente conosciuta per la sua capacità di connessione a decine di altri sistemi aziendali, tra cui ERP, DAM, PIM, e-com e altri ancora, così come per strumenti creativi quali Adobe® Illustrator, per una serie di connettori CAD 3D e per strumenti di sostenibilità quali HIGG. Centric Software ha il più alto tasso di adozione da parte degli utenti, il più alto tasso di soddisfazione dei clienti e il più rapido time-to-value del settore.

Centric Software è una società controllata da Dassault Systèmes (Euronext Paris: #13065, DSY.PA), leader mondiale nel software di progettazione 3D, digital mock-up 3D e soluzioni PLM.

Centric Software ha ricevuto numerosi premi e riconoscimenti nel settore, tra cui la ripetuta inclusione da parte di Red Herring nella lista delle prime 100 aziende nel mondo. Centric ha inoltre ricevuto, negli ultimi dieci anni, cinque excellence award da parte di Frost & Sullivan.

Centric Software e Centric Planning sono marchi registrati di Centric Software Inc. negli Stati Uniti e in altri paesi. Tutti i marchi registrati di terze parti sono trademark dei rispettivi proprietari.

 CentricSoftware®



www.centricsoftware.com/it