



CASE STUDY

LE POTENZIALITÀ

- MIGLIORARE LA GESTIONE DEGLI ASSORTIMENTI AI PUNTI VENDITA

LA RISPOSTA DI TXT E-SOLUTIONS

- ASSORTMENT PLANNING

RISULTATI

- INCREMENTO A DUE CIFRE IN TERMINI DI VENDITE E DI METRI QUADRI DESTINATI DAI RETAILERS ALLE COLLEZIONI VF
- MAGGIORE VISIBILITÀ SULLA SUPPLY CHAIN E REATTIVITÀ A FRONTE DEI DATI DI VENDITA
- RIDUZIONE DEGLI INVENDUTI A FINE STAGIONE E COSTI DI MANTENIMENTO DELLE SCORTE
- SUPPORTO AL MANAGEMENT NELLE DECISIONI RELATIVE ALLE PROMOZIONI, ALLE POLITICHE DI SCONTO, ALL'ALLOCAZIONE DEI CAPI NEGLI STORE, AL LANCIO DI PRODUZIONI SPECIALI

VF Europe

CON ASSORTMENT PLANNING OTTIENE UN INCREMENTO A DUE CIFRE DELLE VENDITE

PROFILO AZIENDALE

VF Europe bvba è la consociata europea di VF Corporation www.vfc.com, primo produttore di abbigliamento al mondo e leader in jeanswear, intimo, abbigliamento da gioco, da lavoro e zainetti. Quotato a Wall Street, il gruppo vanta un fatturato di 6 miliardi di dollari, dei quali oltre 800 milioni da vendite europee. I suoi brand principali includono Lee, Wrangler, Vanity Fair, JanSport, Eastpak, The North Face, Lee Sport e Red Kap.

IL CONTESTO DELLA SUPPLY CHAIN

La crescente presenza sui mercati globali e la crescita dei volumi commerciali hanno posto nuove sfide al gruppo, che si confronta con la dinamicità sempre maggiore del settore moda. Se fino a pochi anni fa le collezioni erano due (autunno-inverno e primavera-estate), oggi VF gestisce fino a sei collezioni l'anno. Il rinnovarsi delle linee è continuo. Ma con quali criticità? Da un lato, cicli di vita sempre più brevi si traducono nella necessità di un aggiornamento costante dei processi produttivi e dei rapporti di fornitura. Dall'altro, diventa fondamentale capire esattamente cosa

avviene nel punto vendita, sia per evitare contrasti tra la "vecchia" e la nuova linea a negozio, sia per avvicinarsi ancor più al cliente, i cui gusti ed esigenze sono in continua evoluzione. Se in passato il problema era limitato alla spedizione dell'ordine effettuato con tre mesi di anticipo, oggi la logica sequenziale produttore-distributore non è più vincente. L'attenzione del produttore si sposta anche a livello retail: è necessario cogliere, interpretare e soddisfare sempre più rapidamente le esigenze e i gusti dell'utente finale. È con questi obiettivi che VF Europe, da sempre attenta a offrire il migliore livello di servizio ai propri clienti, ha attivato la "Jeanswear Retail Partnership Initiative". L'iniziativa strategica, che a oggi riguarda il segmento Jeans sui marchi Lee, Wrangler e HIS, prevede il coinvolgimento diretto di VF Europe nella gestione degli spazi (shop-in-shop) all'interno dei punti vendita dei maggiori retailer europei.

LA SFIDA DI VF

Prima dell'attivazione dell'iniziativa, VF Europe proponeva la linea al retailer, ma quali articoli fossero destinati ai 20 mq di Berlino o ai 100mq di Monaco era

"Attraverso l'utilizzo di Assortment Planning abbiamo riscontrato un aumento a due cifre delle vendite e dei metri quadri destinati dai retailer alle nostre collezioni. La percezione da parte degli utilizzatori è molto positiva. La soluzione è efficace e di semplice utilizzo."

M. Di Pietro - Logistics - Information Systems

deciso dal retailer stesso. Oggi, è VF a proporre gli assortimenti negli shop in shop, collaborando con il retailer alla definizione degli obiettivi di vendita. La complessità della pianificazione è evidente: 3 linee di prodotto e centinaia di spazi da gestire all'interno di negozi distribuiti geograficamente in più paesi europei. Questi hanno naturalmente posizioni diverse (ed è diverso pianificare l'assortimento di un negozio in centro città o in periferia) e metrature diverse, quindi capacità di assortimento differenti. A supporto della complessa attività di pianificazione, VF Europe ha quindi deciso di dotarsi di una soluzione software tagliata attorno a questa nuova metodologia di business. La scelta è ricaduta su Assortment Planning di TXT.

PERCHÉ TXT?

VF Europe ha deciso di selezionare TXT per la capacità di garantire in pochi mesi un'implementazione agevole e per la semplicità con cui il suo software standard può essere integrato e mantenuto. Ha inoltre rappresentato un importante differenziale il successo consolidato di TXT nel settore e la capacità di offrire una soluzione a copertura di tutta la catena del valore del settore moda, lato produttore e lato retailer. La soluzione che ricercava VF non era la stessa che avrebbe potuto ricercare un dettagliante: VF ha una Supply Chain

molto lunga che parte dallo shop in shop e arriva, a monte, fino allo stabilimento. Quindi la capacità di TXT di gestire e integrare processi retail e processi produttivi ha rappresentato un fattore chiave per la scelta.

LA SOLUZIONE

La soluzione Assortment Planning, integrata in modo spinto con il gestionale JBA, gestisce le 3 linee Jeans Wrangler, HIS e Lee (12.000 colori e 150 taglie circa) su 300 punti vendita in vari paesi europei. Il tutto appoggiandosi a un solo server centralizzato. Live dopo soli tre mesi di implementazione, la soluzione sarà presto estesa a oltre 1.000 punti vendita in tutta Europa. Le funzionalità del modulo includono:

- *preparazione di assortimenti a livello di negozio equilibrati e unici, per soddisfare obiettivi strategici di prodotto e di punto vendita;*
- *definizione di piani ottimali open-to-buy;*
- *pianificazione per inventario e per eventi marketing;*
- *monitoraggio, revisione e aggiornamento continuo delle previsioni, in-season e postseason, sia per item ad alta rotazione sia per campagne a tema stagionale.*

La soluzione, che mette a disposizione dell'utilizzatore 1.250 indicatori e 270 viste, consente di intercettare con

immediatezza best-sellers e slow-sellers, supportando VF Europe nelle decisioni relative alle promozioni, alle politiche di sconto, all'allocazione dei capi sugli store, e ancora, al lancio di produzioni speciali.

I RISULTATI

VF Europe ha riscontrato un incremento a due cifre in termini di vendite e di metri quadri destinati dai retailer alle collezioni del gruppo. L'attivazione della soluzione ha inoltre contribuito a:

- *ridurre i costi di mantenimento delle scorte e gli invenduti a fine stagione;*
- *migliorare, ulteriormente, la reattività di tutta la Supply Chain a fronte dei dati di vendita.*

La soddisfazione legata ai risultati ottenuti ha aperto la strada a una nuova fase del progetto con la prossima implementazione del modulo di previsione Demand Planning. Nelle attese di VF Europe questo consentirà una migliore gestione degli stock e degli invenduti dovuti a mancanza di inventario. In più, attraverso avanzate tecniche di forecasting collaborativo, la soluzione consentirà una migliore integrazione delle funzioni interessate al processo (forecaster locale, centrale e finanza), correlando l'attività previsionale con la definizione del budget.