



CASE STUDY

LE POTENZIALITÀ

- MIGLIORARE L'ATTENDIBILITÀ DELLE PREVISIONI IN UN SETTORE COMPLESSO
- TEMPESTIVITÀ NELL'EMISSIONE DEGLI ORDINI D'ACQUISTO

LA SOLUZIONE DI TXT E-SOLUTIONS

- DEMAND PLANNING

RISULTATI

- PREVISIONI DI VENDITA ATTENDIBILI FINO A LIVELLO DEL SINGOLO PRODOTTO
- RIDUZIONE DELLE CANCELLAZIONI E DEL NUMERO DI RIORDINI AI FORNITORI
- RIDUZIONE DEL TIME-TO-MARKET PER LE NUOVE COLLEZIONI

TOM TAILOR

TOM TAILOR SI PREPARA A CRESCERE

PROFILO AZIENDALE

TOM TAILOR AG, fondata nel 1962, è una delle aziende a più forte crescita nel settore della moda. Dieci anni fa impiegava appena 50 dipendenti, oggi più di 420 persone lavorano in questa azienda.

Nel 1979 TOM TAILOR ha presentato la sua prima collezione di abbigliamento sportivo per l'uomo ed è a fronte dell'eccezionale successo riscontrato che l'azienda ha deciso di diversificare costantemente le sue collezioni. Oggi TOM TAILOR veste con il suo stile tutte le categorie di clienti con le linee TOM TAILOR Man, Woman, Boys & Girls e Mini. A queste si aggiungono tredici linee di prodotti venduti su licenza, come cinture, borse, scarpe e calze. Con più di 30.000 punti vendita in oltre 80 paesi, TOM TAILOR fa vivere la moda come un divertimento.

LA SFIDA DI TOM TAILOR

L'ampliamento della gamma di prodotti e la forte crescita degli ultimi anni hanno spinto TOM TAILOR a dotarsi di un sistema informatico completamente nuovo e specifico per il settore della moda, in grado di prevedere le vendite e pianificare

la domanda. Infatti, il ritmo con cui si succedevano le collezioni non poteva più essere gestito, a costi sostenibili, con le procedure manuali in vigore: 12 collezioni donna, 6 collezioni uomo per 12 consegne, sei collezioni Boys&Girls, sei collezioni Mini ogni anno, più tutti i programmi Flash, Quick e altre collezioni con lanci frequenti richiedevano un miglioramento della pianificazione e delle previsioni. La sfida risiedeva nell'elaborare sulla base dei primi ordini e in modo estremamente rapido piani di vendita accurati per ogni articolo, così da poter inviare per tempo gli ordini d'acquisto ai fornitori. Quanto più precise sono le previsioni e quanto prima vengono emessi gli ordini d'acquisto, tanto più TOM TAILOR può essere certa della disponibilità degli articoli nei punti vendita, nei tempi e nelle quantità richieste.

PERCHÉ TXT?

Nella ricerca di una soluzione per la pianificazione e le previsioni di vendita TOM TAILOR si è presto imbattuta nelle soluzioni di Demand & Supply Chain Management di TXT. I criteri determinanti della scelta sono stati la vasta esperienza

"Con Demand Planning abbiamo raggiunto quell'accuratezza nella pianificazione della domanda che stavamo cercando, con la piena libertà di affiancare alla soluzione la nostra esperienza."

Burkhard Stuhlemmer, Chief Financial Officer - TOM TAILOR AG

maturata nel settore moda e le eccellenti referenze di TXT.

A questo si aggiunge il fatto che la soluzione Demand Planning scelta per il progetto, lascia agli utenti la possibilità di contribuire alla pianificazione apportando il proprio know-how.

Altro fattore importante è stata la facilità con la quale Demand Planning può essere integrata con i più diffusi sistemi gestionali disponibili sul mercato. A soli tre mesi dall'adozione TOM TAILOR ha già sperimentato i primi risultati positivi.

LA SOLUZIONE

Una volta effettuata la presentazione delle nuove collezioni da parte delle forze commerciali cominciano ad arrivare i primi ordini, a seguito dei quali Demand Planning elabora una proiezione della domanda effettiva.

Con largo anticipo, rispetto al ricevimento dell'ultimo ordine vengono riportati i dati di pianificazione nella procedura d'acquisto.

La domanda è generata automaticamente e trasferita al sistema ERP dove viene deciso quali ordini distribuire a quali degli oltre 70 fornitori.

Sulla base delle selezioni proposte, i commerciali e l'ufficio acquisti decidono insieme i volumi e a chi aggiudicare gli ordini. La precisione delle previsioni di vendita giova pertanto non solo a TOM TAILOR ma anche a tutti i suoi fornitori, che non devono più far fronte a cancellazioni improvvise o ordini supplementari con poco preavviso. L'uso della soluzione migliora così indirettamente anche la collaborazione con i fornitori, aspetto critico per l'azienda, la quale non dispone di unità produttive proprie.

I RISULTATI

Il progetto ha messo in evidenza la competenza nel settore di TXT e l'affidabilità della soluzione Demand Planning.

I principali vantaggi che TOM TAILOR ha tratto da questa collaborazione sono:

- *un partner con un notevole know-how nel settore specifico;*
- *un supporto per la gestione di tutte le collezioni e le linee di prodotti;*
- *tempi di implementazione del software molto brevi;*
- *precisione nella pianificazione e previsione di vendita;*
- *la possibilità di contribuire alla pianificazione con il proprio know-how;*
- *una riduzione del time-to-market per le nuove collezioni;*
- *un'estrema flessibilità nell'integrazione con il sistema ERP;*
- *una solida base per la crescita futura.*