



TXT for RETAIL

Fashion & Specialty Retail

Solutions for an optimized supply chain

Répondre à la demande, optimiser l'utilisation de l'espace en magasins, garantir les marges de l'entreprise sont les principaux défis du marché de la distribution spécialisée. Pour atteindre leurs objectifs les entreprises doivent :

- Maîtriser le lancement des nouveaux produits et garantir leur taux de succès grâce à une bonne connaissance du marché et des tendances clients
- Maîtriser parallèlement la gestion des produits en lancement, permanents et saisonniers (maturité, fin de vie, phase-in, phase-out...)
- Comprendre les signaux du marché et des consommateurs, fiabiliser les prévisions et réagir rapidement à la demande
- Développer des plans d'assortiments adaptés à tous les segments de magasins et définir des budgets de vente précis
- Approvisionner correctement les plate-formes de distribution et les magasins.

TXT propose des solutions de gestion de la demande et

de la supply chain qui épousent totalement le précepte « pilotage par la demande ».

LES BESOINS SPECIFIQUES NECESSITENT DES SOLUTIONS DEDIEES

Avec une expérience complète de tous les métiers de la distribution (distribution textile, horlogerie, jouets, produits culturels, électroménager, meubles...), TXT est un des leaders mondiaux des solutions dédiées à la distribution spécialisée.

Quelques-uns des plus grands noms utilisant nos solutions :

Binda (Breil), CELINE, Dolce & Gabbana, Du Pareil Au Même, Entertainment UK, Geox, Gerry Weber International, Groupe Chantelle, Groupe Zannier, Gruppo Coin, Habitat, Lancel, Loewe, Louis Vuitton Malletier, Nicolas, Okaïdi, Russell Corporation, Sergent-Major, s.Oliver Bernd Freier, Tom Tailor, VF Europe Bvba (Wrangler, Lee).

FAITES PROFITER VOTRE ENTREPRISE DE BENEFICES TANGIBLES

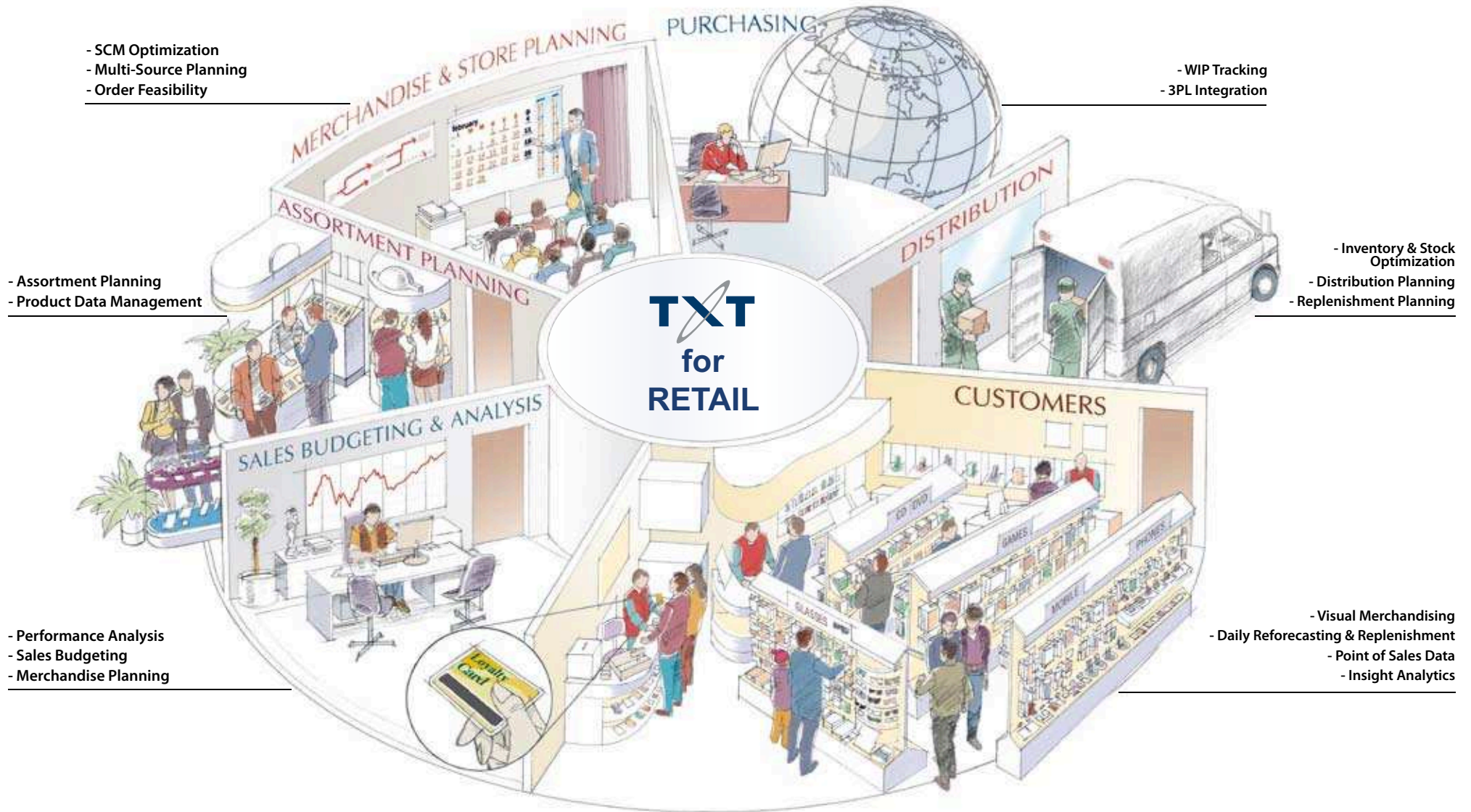
Des délais de mise sur le marché réduits pour le lancement de ses collections constatés par un leader de la distribution opérant dans 80 pays. Des prévisions plus fiables pour l'ensemble de la gamme de produits ainsi que des commandes de réapprovisionnement plus précises garantissent la disponibilité des produits dans les bons magasins, au bon moment et dans les quantités requises.

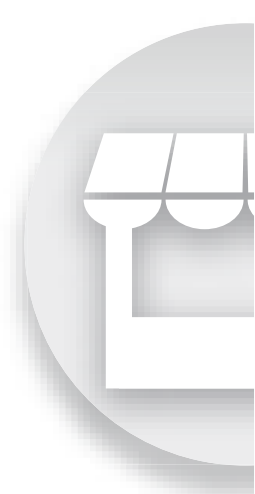
Croissance à deux chiffres des ventes et de la surface d'exposition allouée par les grands magasins pour un distributeur mondial, grâce à une gestion optimisée de la demande et des assortiments.

Une réduction de 10% des stocks en magasin, une amélioration de 3% des ventes générées et une réduction de 8% des retours pour le premier grossiste de produits culturels, grâce à l'adoption d'une solution de prévision et de réassort adaptée.

Gestion de près de 200 fournisseurs en Extrême-Orient, Afrique du Nord et Europe de l'Est pour un distributeur utilisant un portail collaboratif privé basé sur le Web et permettant un équilibre optimal du sourcing et des délais d'approvisionnement, ainsi qu'une visibilité accrue et un meilleur contrôle de l'exécution de la production.

Réduction des ruptures et des surstocks pour un fabricant textile en pleine croissance distribuant ses collections via un réseau composé de plusieurs centaines de magasins en propre et de milliers de grossistes.





PRINCIPAUX PROCESSUS

CONSTRUCTION DES BUDGETS ET DE L'OFFRE PRODUITS

Budget des Ventes et des Achats : inclut le plan stratégique, les budgets des ventes, marketing et commercial et le budget d'achat. Ces processus sont collaboratifs afin que chaque acteur partage la même vision des objectifs de l'enseigne. Tous les leviers propres au secteur de la distribution peuvent être simulés et planifiés : progression du CA, part de marché, évolution de la concurrence, taux de démarque, soldes et promotions, prix de vente, taux de service, taux de couverture, taux d'écoulement, taux de rotation...

Plan d'assortiment et plan de l'espace : permet d'optimiser l'offre produit par segment de magasins en tenant compte des objectifs marketing, du potentiel de performance des magasins, de leurs spécificités (région, cible clientèle, format, espace) en conformité avec le budget et les ventes réalisées. L'espace alloué à chaque groupe de produits est optimisé pour maximiser la rentabilité au mètre carré. La visualisation des assortiments dans les magasins permet de simuler la perception qu'aura le client de l'offre.

Gestion des promotions : support à la gestion des promotions afin d'en améliorer l'efficacité et la rentabilité.

Suivi de la performance : analyse pilotage et reporting du réalisé par rapport aux objectifs.

PREVISION ET APPROVISIONNEMENT AMONT ET AVAL

Prévision des ventes : choisit le modèle le mieux adapté au cycle de vie du produit (nouveau, maturité, promotion, fin de vie).

Allocation : anticipe et calcule la quantité mise en place par magasin pour les nouveaux produits ou les mises en avant et promotions. Les performances par type de produits basées sur les prévisions de vente, ainsi que les contraintes d'espace et de merchandising des magasins sont prises en compte.

Approvisionnement amont : optimise la quantité à commander aux fournisseurs pour répondre à la demande des consommateurs en minimisant le stock inutile et les coûts d'approvisionnement et logistiques.

Approvisionnement aval et réassort : calcule en fonction des contraintes logistiques et des prévisions de vente le stock idéal et propose la quantité à réassortir par magasin et par article en intégrant le plan d'assortiment, les minimums d'exposition et les contraintes d'espace des points de vente.