

Product Lifecycle Management Rentabilität im Fokus

Geschwindigkeit ist der Erfolgsfaktor für die Produktentwicklung

Bekleidungsunternehmen und Einzelhändler stehen heute vor einzigartigen Herausforderungen. Steigender Wettbewerb und der Druck den Kunden ständig neue Kaufanreize in den Geschäften anzubieten, zwingen die Modeunternehmen dazu, die Anzahl der jährlichen Kollektionen zu steigern und dafür die Planung von monatlichen auf wöchentlichen Rhythmus umzustellen. Der Vorteil gegenüber dem Wettbewerber hängt hauptsächlich davon ab, wie schnell neue Artikel angeboten werden können und wie hoch der damit verbundene Aufwand ist. Damit sind jedoch einige Hindernisse verbunden:

- Bekleidungshersteller müssen jährlich eine große Anzahl von Änderungen mit weltweiten Partnern koordinieren:

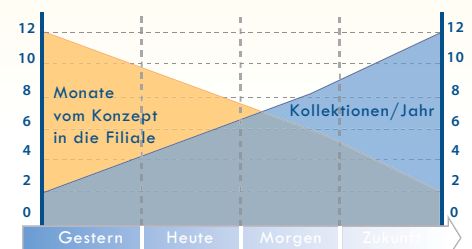
teilweise betrifft das dutzende Terminpläne, zehntausende Materialien und tausende Muster.

- Einzelhändler sichern ihre Premium-Preise durch Bedienung des Marktes mit neuen und modischen Produkten, jedoch auch das richtige Kostenmanagement, die Qualitätssicherung und die Geschwindigkeit in einer globalen Wirtschaft sind der Schlüssel zur sicheren Realisierung hoher Margen.

Bekleidungsunternehmen und Einzelhändler sehen PLM als Fundament für die Weiterführung des profitablen Wachstums und zur Realisierung kürzerer Cash-to-Cash Zeiten. Die schnelle und punktgenaue Kollektionent-

wicklung, die mit den strategischen und finanziellen Zielen des Unternehmens in Einklang gebracht werden muss, ist leichter gesagt als getan: mit PLM von TXT kann dieses Realität werden!

Kürzere Produktlebenszeiten benötigen Product Lifecycle Management (PLM)



"Der Lebenszyklus schnellebiger Modeartikel erstreckt sich nur über wenige Wochen und zwingt die Unternehmen dazu, ihre Wettbewerbsstrategie zu überdenken."

PLM: Eine realistische Betrachtung

Heutzutage ist PLM weithin als ein Top-Leistungstreiber bekannt. Das Produktdatenmanagement (PDM), als Kern des PLM, beschleunigt die Design- und Produktentwicklung, indem hunderte oder tausende von Entwürfen, Farbbibliotheken, Stücklisten, Mustern und Kalkulationen in einer zentralen Datenquelle verwaltet werden und damit eine einheitliche Grundlage für alle Beteiligten liefert. Die Unternehmen profitieren von den positiven Ergebnissen des PDM und nutzen diese Erfolge, um verstärkt strategische PLM-Projekte zu implementieren.

- **Integration der Entwicklung in die Artikel- und Sortimentsplanung** sowie die Nachfrage- und Merchandiseplanung.
- **Gemeinsame Entwicklungsstrategien mit Beschaffungspartnern.**

- **Ermittlung von KPIs** (Key Performance Indikatoren), zur ständigen Leistungsmessung und kontinuierlichen Optimierung.

Insbesondere können Unternehmen den Einfluss der PLM-Technologie nutzen, um unternehmensübergreifende Prozesse zu installieren. Alle Beteiligten können so die Konzepte zu einem frühen Zeitpunkt mit bearbeiten:

- Produktlinien und Produkte werden nicht nur im Einklang mit dem Verbraucherverhalten, Markttrends und Handelssortimenten entwickelt sondern auch im Hinblick auf die finanziellen Ziele des Unternehmens.
- Die Designperspektive wird mit den Kostenzielen abgestimmt. Dadurch werden immer die erfolgversprechendsten Produkte bearbeitet und verzögerte Entscheidungen sowie

steigende Kosten vermieden.

- Darüber hinaus und trotz geografischer Barrieren können Pläne mit Materiallieferanten und Vertragsproduzenten abgestimmt werden, welche von der ersten Stufe der Konzeptphase ein Ziel verfolgen: das gleiche Verständnis der Produktlinie, der Ziele und des Zeitplans.
- Letztendlich erlauben die Performance- und Workflow-Management-Funktionalitäten innerhalb des PLM eine optimale Interaktion zwischen allen Beteiligten. Dadurch können die Ergebnisse, die durch Innovationen erzielt wurden, eindeutig ausgewertet werden. Definierte KPIs ermöglichen die Überwachung der Prozesse und gewährleisten eine erhöhte Reaktionsfähigkeit und ständige Verbesserungen.

TXTPERFORM2008: Best in class PLM

TXTPERFORM2008 beinhaltet eine durchgehende PLM-Lösung, die speziell für die Bekleidungs-, Mode- und Accessoires-Industrie entwickelt wurde und die Bereiche PDM, Merchandising, Lieferantenanbindung und Performance-Management abdeckt. Somit trägt sie zur Optimierung, Planung und Steuerung der Prozesse von der Entwicklung bis in den Shop bei. Der integrierte Funktionsumfang vereinigt alle PLM-Anforderungen in einer einzigen Anwendung. Workflow und Performance Management-Funktionen unterstützen die Unternehmen bei der Erreichung wichtiger Meilensteine und bei Auswertungen. Somit ragen sie zur Verbesserung der Kontrolle und Reaktionsfähigkeit im gesamten Prozess bei.

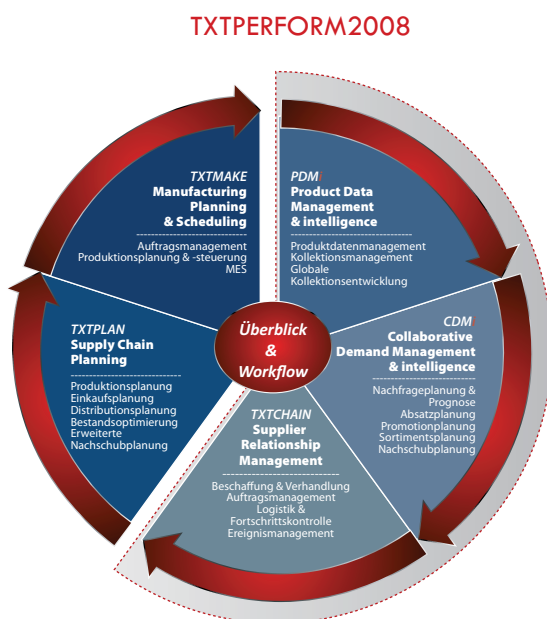
Erläuterung der Funktionen

Nachfrage- & Merchandiseplanung

Damit die Ziele, die durch die Nachfrageplanung und die Budgetierung definiert worden sind, erreicht werden können, müssen entsprechende Parameter in der Merchandiseplanung festgelegt werden.

Speziell bedeutet das:

- Festlegung des Kollektionsaufbaus
- Zuweisung von Produktzielen, in Bezug auf Margen, Attributmixe, Preisspannen/Durchschnittspreise



PLM - Product Lifecycle Management



TXTPERFORM2008 unterstützt alle Aspekte des Kollektionslebenszyklus von der Konzeption bis auf die Fläche

Anmerkung

TXTPERFORM2008

Basierend auf der Microsoft-Technologie sind alle Module in eine einzige Plattform integriert. Die Kombination von Demand & Supply Chain Management mit Performance Management und PDM unterstützt dabei eine durchgehende PLM-Strategie.

Die integrierten Analyse-Werkzeuge liefern eine einzigartige Sichtweise der Ursachen-Wirkungs-Effekte kurz-, mittel- und langfristiger Entscheidungen und gewährleisten dadurch ein proaktives Management von Zielkonflikten.

Produktlinien- & Sortimentsplanung

Produktlinienpläne legen fest, wie viele Artikel oder Modelle für jede Produktkategorie entwickelt werden sollen. Des weiteren dienen sie als Basis für den Prozess der Sortiments- und Artikelplanung.

- Produktlinienstrategie: definiert die Anzahl und Art der Modelle für jede Produktgruppe
- Sortimentsplanung: verbindet die Produktgruppen mit Flächentypen zur Definition von Sortimentsplänen
- Artikelplanung: Planung auf Artikelniveau und damit letztlich Erstellung des Verkaufsplans.

PDM - Produktdatenmanagement

Die datenzentrierten Prozesse werden dazu genutzt, Informationen zu Produkten, Materialien und Komponenten zu verwalten, um die Stückliste (BOM) zu definieren und letztendlich eine vollständige Spezifikation für die Produzenten zu erzeugen.

Durch die Erstellung elektronischer Modelle können Designer, Konstrukteure und Handelspartner neue Produkte in enger Zusammenarbeit überprüfen, bewerten und kommentieren.

- **Prototyping:** Entwicklung von Artikelansichten, um die Designentwicklung mit den Zielen der Artikelplanung abzustimmen. Erstellung des ersten Prototypen und Angebotseinholung bei Lieferanten
- **Musterung:** Festlegung von Musterspezifikationen und Erzeugen von Musteraufträgen
- **Produktspezifizierung:** Erstellung von Stücklisten (BOM), Bestimmung der Kosten und Produkteigenschaften sowie Verteilung über das Internet.

Lieferanten- und Partneranbindung

Diese Funktionalität ermöglicht die Auswahl geeigneter Lieferanten, genauso wie den gesicherten Datenzugang der angeschlossenen Handelspartner, die am Entwicklungsprozess beteiligt sind. Dies kann die gemeinsame Bearbeitung von Material- und Produktdaten betreffen, die Überprüfung und Bestätigung von Produktspezifikationen, die Zusammenarbeit bei der Angebotseinholung und die Unterstützung bei gemeinsamen Entwicklungsvorhaben.

- Lieferantenauswahl: Verhandlung und Auswahl des besten Partners
- Gemeinsame Produktentwicklung
- Kapazitätseinteilung und Auftragsverfolgung

Performance- und Workflowmanagement

Die integrierte Workflow-Funktionalität koordiniert und überwacht den gesamten Prozess und stellt Warnmeldungen und Mitteilungen über die Fertigstellung oder die Reaktion



Kollektions- und Sortimentsplanung durch Attribute werden in den Produktentwicklungsprozess integriert

auf ein Ereignis als Hilfsmittel zur Verfügung. Leistungsindikatoren haben "Alles unter Kontrolle" und überwachen die Prozesse für eine kontinuierliche Verbesserung.

- Prozessmodellierung und Ereignismanagement: grafische Abbildung der Arbeitsabläufe und Zuteilung der Aufgaben auf die unterschiedlichen Prozessbeteiligten
- Identifizierung von Ausnahmefällen und automatische Übermittlung an die zuständigen Personen zur Prozessbeschleunigung
- Saisonale Bestseller- und Ladenhüter-Analyse: Identifizierung der guten und schlechten Umsatzträger im Markt, Analyse bis auf Attributebene und Nutzung der Informationen für die nächste Kollektionsentwicklung



Alle Produktspezifikationen werden durchgehend im gesamten Kollektionslebenszyklus erzeugt, verwaltet und geprüft.

Anmerkung

Integration mit SCM ist ein klarer Vorteil!

TXTPERFORM2008 ermöglicht die maximale Integration von PLM und SCM.

Die PLM-Funktionalitäten sind nahtlos in die Produktionsplanung, Distribution, Nachschub- und Bestandsoptimierung von TXTPERFORM2008 integriert.

Von der Produktentwicklung über die Beschaffung bis in den Shop, kann TXTPERFORM2008 den gesamten Kollektionslebenszyklus durchgängig verwalten.

Die Entwicklung von PLM als Säule des Wertschöpfungsmanagements

Vom Management der Lieferkette zum Management der Wertschöpfungskette – Unternehmen vollziehen diesbezüglich einen Wandel und PLM von TXT kann sie dabei unterstützen. Um die Lücke zwischen Kaufverhalten und Produktentwicklung zu schließen, integrieren innovative Bekleidungsunternehmen die Informationen aus dem Handel in die Innovationsphase.

Eine tiefgehende Analyse der Verkäufe ermöglicht ein besseres Verständnis darüber, wie die neuen Produktideen angenommen werden, welches die leistungsstärksten Produkte oder Produkteigenschaften sind und in welchem Zusammenhang diese zueinander stehen. Letztendlich können diese kritischen Informationen für zukünftige Innovationsprozesse genutzt werden.

Eine breitere Ausrichtung mit einer Strategie, bei der die Kundenwünsche noch intensiver in der Produktentwicklung berücksichtigt werden, unterstützt die Unternehmen bei der Nachfragesteuerung. Es werden nur die Produkte entwickelt, die vom Kunden auch gekauft werden. Im Rahmen des Produktportfoliomanagements können somit die besten Entscheidungen für das gesamte Sortiment getroffen werden (Neueinführungen, Preissenkungen, Werbeaktionen und Auslauf von Produkten).

Die vollständige Kontrolle und der Überblick über die aktuelle Leistungsfähigkeit führt für beide Seiten zu einer erhöhten Wertschöpfung, sowohl für den Kunden, der die richtigen Produkte vorfindet, als auch für das Unternehmen, das zielgerichteter marktgerechte Produkte entwickelt.

Die Vorteile eines erweiterten PLM

Unternehmen können bedeutende Vorteile aus ihren PLM-Implementierungen ziehen.

In einer Zeit, in der in Produktentwicklungsprozessen zu mehr als 75 % Fehler auftreten und 35 % der Entwicklungskosten durch nicht-wertschöpfende Tätigkeiten, infolge fehlender Informationen, ausgegeben werden, können PLM-Projekte die Kunden in folgenden Punkten unterstützen:

- Das Risiko des „falschen“ Produktes reduzieren - handlungsgesteuertes PLM ermöglicht es einen Schritt näher am Kunden zu sein und die richtigen Produkte zu entwickeln.
- Möglichkeit zur vollständigen Budgetkontrolle.
- Reduzierung von Bürotätigkeiten, Musterungsfaktoren und der Vielzahl von SKUs.
- Reduzierung der Materialkosten, durch Bündelung und Transparenz im Beschaffungsprozess.
- Vermeidung von Reibungspunkten, Fokussierung auf wertschöpfende Tätigkeiten.

- Reduzierung der Ausführungszeiten um mehr als 50 %, welches sich in einem höheren Verkaufspreis und höheren Margen bemerkbar macht.



Die Analyse von Bestsellern und Ladenhütern unterstützt das Produktportfoliomanagement. Die gewonnenen Daten werden in zukünftige Innovationsprozesse integriert.

Anmerkung

Warum sollten Sie sich für TXT entscheiden?

Über 20 Jahre Erfahrungen in der Fashionindustrie
Durchgehendes PLM-System mit einzigartigen Funktionalitäten

Nicht nur Datenmanagement sondern umfassendes Know-how in der Planung und bei der Abbildung von Businessprozessen
Integration der Artikelplanung zur Steuerung der Kollektionsentwicklung
Festlegung von KPIs zur kontinuierlichen Prozessverbesserung

Führende Fashionunternehmen haben sich bereits für TXT entschieden:

Über 240 weltweite Kunden aus der Fashionindustrie vertrauen TXT e-solutions:

Adidas, Armand Basi, Bäumlner, Champion Europe, Charles Vögele, Diesel, Dolce&Gabbana, Falke, Frank Walder, Gerry Weber, Geox, Gucci, Hugo Boss, Kunert, Louis Vuitton Malletier, NKD, Marc Jacobs, OUI, s.Oliver, Tom Tailor, Ulla Popken, Valentino Fashion Group, u.v.m.