



# Product Lifecycle Management

## Gestion du cycle de vie des produits

### Levier de rentabilité

## Accélérer le développement des produits

Actuellement, les industriels et les distributeurs du secteur textile doivent relever des défis uniques.

La compétition accrue et le besoin d'attirer les clients dans les magasins ont poussé les entreprises du secteur de la mode à augmenter le nombre de collections annuelles. La planification se fait à présent de manière hebdomadaire et non plus chaque mois. Garantir une disponibilité rapide des nouvelles collections en rayon est critique pour obtenir un avantage concurrentiel et se révèle complexe :

- Les industriels du textile doivent coordonner de nombreux changements liés à la conception produit avec leurs partenaires globaux quelquefois

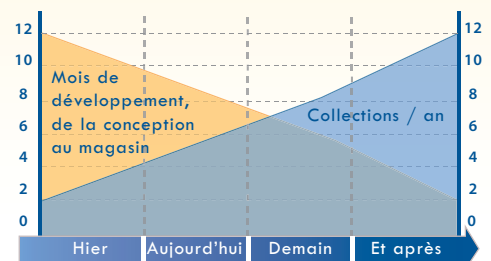
en prenant en compte des dizaines de calendriers et une multitude de matières et d'échantillons chaque année.

- Les distributeurs peuvent garantir des prix forts en lançant des nouvelles collections sur le marché, mais gérer la qualité, les coûts et la rapidité de mise sur le marché dans un environnement global reste clé pour réaliser des marges élevées en permanence.

Les industriels et les distributeurs du secteur textile considèrent le PLM comme un levier pour améliorer leur rentabilité et pour réduire les cycles de cash to cash. Développer des collections, rapidement et correctement du premier

coup, en accord avec les objectifs financiers et stratégiques de l'entreprise n'est pas évident. Une solution PLM permet de le concrétiser.

### Le PLM pour réduire les cycles de vie produit



La tendance "Fast Fashion" pousse à réduire les cycles de vie à quelques semaines et les entreprises à utiliser de nouvelles tactiques pour se différencier de la concurrence.

## Le PLM, une réelle opportunité

Aujourd'hui, le PLM est largement reconnu comme un levier de performance majeur. Le Product Data Management – PDM (la gestion des données techniques), qui est au centre de la solution PLM, aide les entreprises à accélérer la conception et le développement produit.

Le PDM permet de gérer dans un référentiel central une multitude de bibliothèques de couleurs et de styles, de nomenclatures, d'échantillons, de fiches de coûts générés par une nouvelle collection, et offre ainsi une version unique et cohérente de la vérité pour tous.

En capitalisant sur les bénéfices issus du PDM, les entreprises peuvent lancer des projets PLM plus stratégiques.

- **L'intégration du développement des produits avec la planification** des collections et des assortiments, ainsi

qu'avec la planification de la demande et du merchandising.

- **La mise place de stratégies de développement conjointes avec les partenaires supply chain.**
- **L'identification de KPIs pour mesurer la performance dans le temps** et assurer une amélioration continue.

Les entreprises utilisent le PLM pour construire des processus transversaux permettant à toutes les fonctions de s'accorder sur le même concept le plus tôt possible :

- Les collections et les produits sont développés en fonction des comportements consommateurs, des tendances du marché, des plans d'assortiments produit et aussi en fonction de l'objectif de marge.
- La réconciliation entre la conception produit et les objectifs de coût permet de travailler sur des produits qui répondent au mieux à l'ensemble

des exigences, d'éviter les retards dans les prises de décision ainsi que des coûts supplémentaires.

- Par ailleurs, et malgré les barrières géographiques, les plans peuvent être validés avec les fabricants et avec les façonniers, ces derniers ayant partagé, dès le début de la conception, la même version de la vérité, la même compréhension des collections, les mêmes objectifs et plannings.
- Enfin, la gestion du workflow et des performances au sein du PLM permet aux entreprises de développer et de gérer les interactions de manière optimale entre les différents intervenants et d'obtenir une évaluation claire des résultats liés aux innovations. En outre, le pilotage de ces processus grâce à des KPIs prédéfinis permet une meilleure réactivité et une amélioration continue.

## TXTPERFORM2008 : Une solution PLM à la pointe de l'innovation

TXTPERFORM2008 offre une solution PLM de bout en bout pour le secteur de la mode, du textile et des accessoires. La solution PLM intègre notamment les modules de PDM, Merchandising, gestion de la collaboration avec les fournisseurs et de la performance pour optimiser chaque processus de la conception produit jusqu'au magasin.

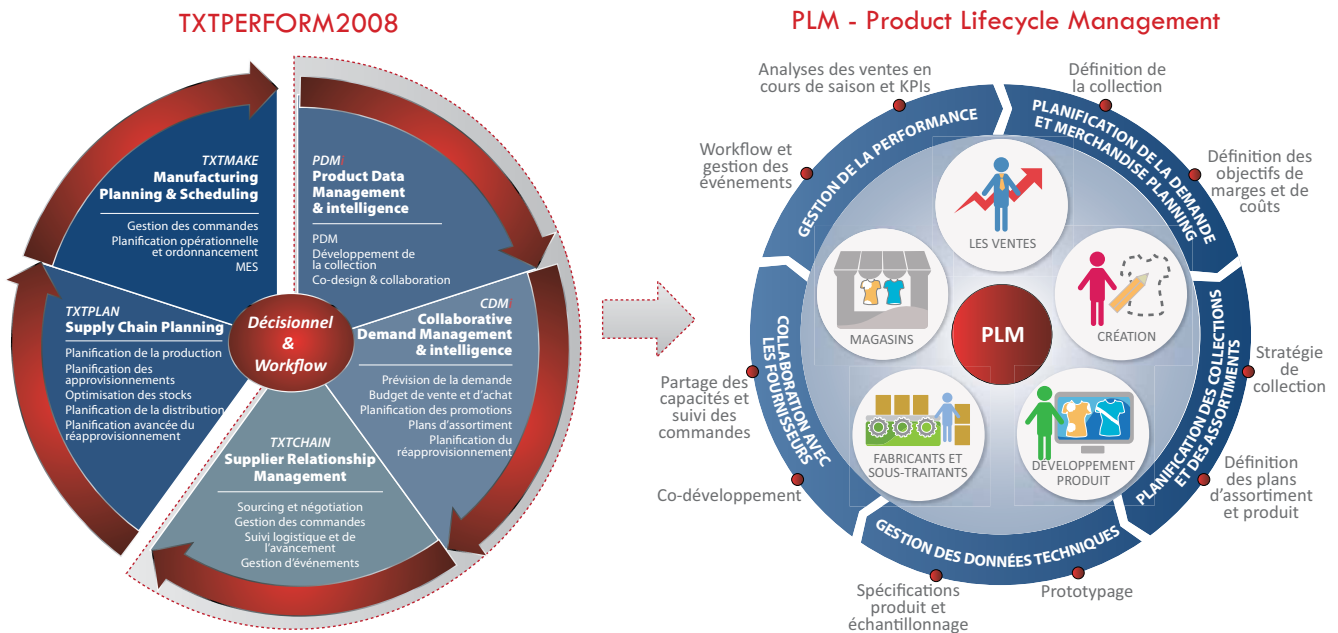
L'approche intégrée de TXTPERFORM2008 consolide tous

les besoins PLM dans une seule solution. Les fonctions de gestion de la performance et de workflow aident l'entreprise à atteindre les jalons-clés et ses objectifs, ce qui améliore la maîtrise des processus et la réactivité.

### Les fonctionnalités

#### Planification de la Demande et Merchandise Planning

Le Merchandise planning définit les catégories de produits à pousser en fonction des objectifs fixés dans le budget.



TXTPERFORM2008 couvre tous les aspects du cycle de vie d'une collection, de la conception jusqu'au magasin.

### Point à retenir

#### TXTPERFORM2008

Basés sur la technologie Microsoft, tous les modules sont unifiés sur une seule plateforme et associent la gestion de la demande et de la supply chain avec la gestion de la performance afin de mener une stratégie PLM de bout en bout.

Les métriques encapsulées dans la solution permettent une visibilité unique des causes et des effets des décisions prises sur le court et long terme pour ainsi garantir une gestion proactive des compromis.

En particulier:

- Définir la structure de la collection pour respecter le budget.
- Fixer des objectifs par collection en termes de marge, mix d'attributs, intervalles de prix/prix moyen.

#### Plan de collection et Planification des assortiments

Les plans de collection déterminent le nombre d'articles ou de styles qui seront créés pour chaque catégorie de produits. Les plans de collection sont également la base pour la planification des assortiments et les plans produits.

- La stratégie de collection définit le nombre de styles pour chaque catégorie de produit.
- La planification des assortiments associe les catégories à une typologie de magasins pour définir le plan d'assortiment.
- Le plan produit permet d'aller au niveau de l'article et de planifier les achats.

**PDM**

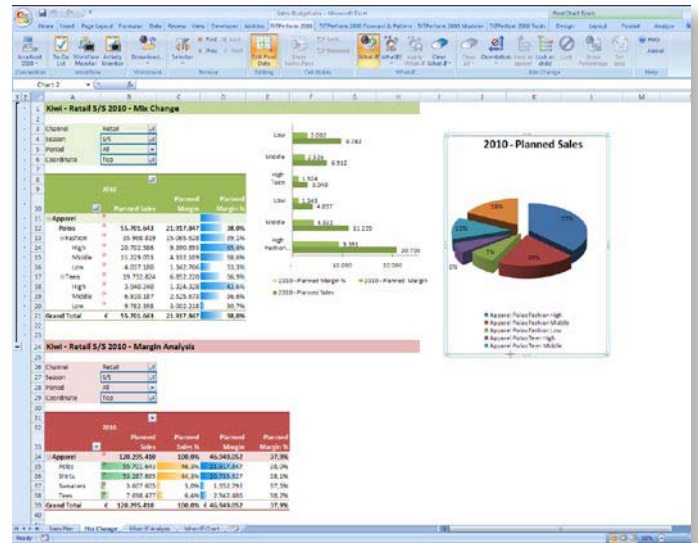
Ce processus permet de centraliser les données et de gérer les produits, les matières et les données des composants nécessaires pour construire une nomenclature (BOM), et ainsi créer un dossier de spécification complet pour les fabricants. La version électronique des patrons permet aux designers et sous-traitants de revoir les nouveaux produits, de les commenter et de faire des suggestions de manière collaborative.

- Prototypage : définit les planches de collections pour mettre en cohérence la création avec les objectifs issus du plan de collection, permet de générer le 1er prototype et de recevoir les devis des sous-traitants.
- Echantillonnage : définit les spécifications des échantillons et permet de générer les commandes d'achat des échantillons.
- Spécification produit : détermine les nomenclatures, les coûts et les spécifications qui sont partagés via Internet.

**Collaboration avec les sous-traitants et les partenaires**

Cette fonctionnalité permet de sélectionner les sous-traitants les plus appropriés et également de sécuriser l'accès aux données des partenaires externes participant au processus de développement. L'approche collaborative permet ainsi le partage des données relatives aux matières ou aux produits, la revue et la réception des spécifications produits, la collaboration entre différents intervenants pour répondre à un appel d'offre et pour réaliser du co-développement.

- Sélection du sous-traitant : négocier et choisir le meilleur partenaire.



Toutes les spécifications produit, tout au long du cycle de vie de la collection, sont générées, pilotées et suivies grâce aux fonctions PDM

- Développement collaboratif produit.
- Suivi des commandes et visibilité sur l'utilisation des capacités de production.

**Gestion de la performance et du workflow**

Les fonctionnalités de workflow permettent d'aller au delà des attributions individuelles des tâches ou des événements et permettent de mettre en place des alertes et des notifications indiquant si la tâche est réalisée ou nécessite une action.

Les indicateurs de performance permettent de tout maîtriser et de mesurer la stabilité des processus dans le but d'une amélioration continue.

The screenshot shows the 'TXTPRODUCT' software interface. It features a 'HEADER' section with various input fields for product configuration, including 'Season', 'Family', 'Collection', 'Article', and 'Prototype'. There are also sections for 'Description', 'Extended Description', 'Class', 'Name', 'Sample Supplier', 'Measure unit / Size', and 'Category'. A table at the bottom lists 'Color' and 'Description' with corresponding 'RIP' and 'Flag/Comp' values.

La planification des assortiments et le plan de collection par attributs deviennent des données d'entrée du processus de développement des produits

**Point à retenir**

*L'intégration du PLM avec la gestion de la chaîne logistique est un réel atout !*

TXTPERFORM2008 offre d'uniques capacités d'intégration entre le PLM et la Gestion de la Supply Chain. Les fonctionnalités PLM sont totalement intégrées avec la planification de la production, de la distribution et l'optimisation des stocks et des réapprovisionnements au sein de la suite TXTPERFORM2008.

TXTPERFORM2008 peut gérer l'ensemble du cycle de vie de la collection, du développement produit jusqu'aux opérations et aux magasins de manière coordonnée.

- Modélisation des processus et gestion des événements: modéliser graphiquement le workflow et assigner les tâches à différents intervenants.
- Identification des exceptions et transmission aux bonnes personnes pour accélérer l'ensemble du processus.
- Analyses des meilleures ventes de saison et des articles à faible rotation: identification des articles qui se vendent le mieux et ceux qui sont sous-performants sur le marché, analyse par attributs et utilisation de ces informations comme données d'entrée pour le prochain cycle de planification de collection.

## Le PLM, un pilier dans la gestion de la chaîne de valeur

Le PLM aide les entreprises à faire évoluer leur chaîne logistique en une chaîne de valeur. Pour rapprocher le comportement du consommateur avec le développement produit, les entreprises innovantes dans le secteur du textile analysent et intègrent les informations merchandising avec l'innovation produit. Une analyse poussée des ventes aide à comprendre comment les nouvelles idées sont réellement perçues, quels sont les produits ou attributs les plus performants en mettant en avant des corrélations non identifiées. Ces données critiques peuvent par la suite être réutilisées pour des cycles d'innovation futurs. La mise en place d'une stratégie pilotée par le consommateur, en se basant sur les données clients, pour le développement de nouveaux produits permet de mieux répondre à la demande. En effet, le PLM va permettre de concevoir des produits qui correspondent au comportement d'achat du consommateur, de prendre de meilleures décisions en termes de gestion du portefeuille produit au sein de l'assortiment (lancement de produits, démarques, promotions, gestion des fins de

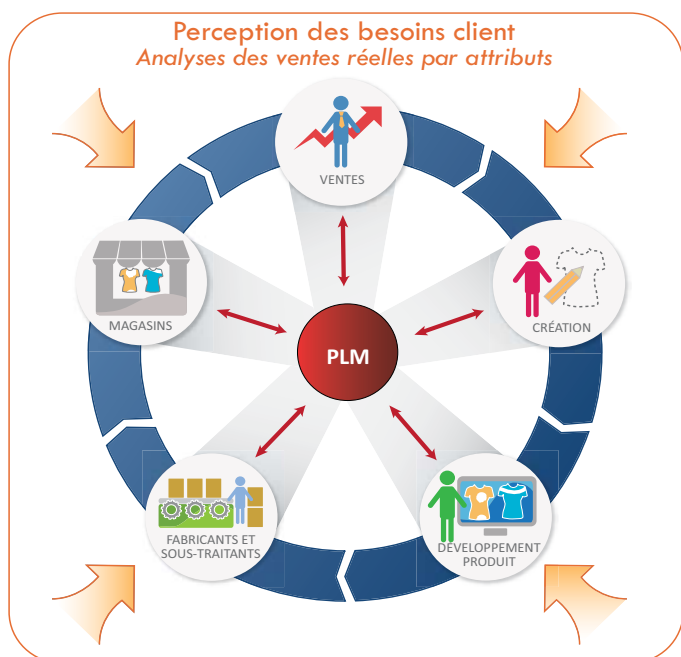
vie de produit intégrée dans l'offre). Maîtriser totalement l'ensemble des processus et obtenir une réelle visibilité sur les performances apportent de la valeur pour le client mais également pour l'entreprise, qui tirent ainsi le meilleur profit du développement des nouveaux produits et des processus d'innovation.

## Les bénéfices d'un PLM étendu sont réels

Les entreprises peuvent s'attendre à des bénéfices significatifs avec la mise en place d'une solution PLM.

Dans un contexte où 75% des lancements de nouveaux produits échouent et où 35 % du temps de développement est consacré à des tâches sans valeur ajoutée, le PLM a pu aider nos clients à :

- Réduire les risques d'échec de lancement de produit. Le PLM piloté par le merchandising permet aux entreprises d'être plus proches du client et ainsi de concevoir le bon produit de façon fluide.
- Respecter les objectifs budgétaires.
- Réduire les tâches administratives, le surdéveloppement et la prolifération des références (SKU).
- Réduire le coût des matières grâce à la réutilisation des matières premières pour d'autres styles et divisions.
- Eviter des conflits dans les processus, en permettant aux personnes de se concentrer sur les activités à valeur ajoutée.
- Réduire les délais de développement. Selon une étude d'AMR Research, ces délais peuvent être réduits jusqu'à 50% ce qui permet de maximiser les marges et réduire au minimum les quantités soldées.



L'analyse des meilleures ventes et des produits à faible rotation permet une meilleure prise de décisions en termes de gestion du portefeuille produit et peut être réutilisée par la suite pour les prochains cycles d'innovation.

### Point à retenir

#### Pourquoi choisir TXT ?

Une expérience de plus de 20 ans dans le secteur de la mode. Un savoir-faire qui ne se limite pas à la gestion des données produits mais qui couvre également la gestion de la planification et des processus métiers.

Une approche PLM de bout en bout avec des fonctionnalités uniques sur le marché. L'intégration de la planification des collections avec le développement des produits. Des KPIs spécifiques permettant une amélioration continue des processus.

#### Les leaders de la mode choisissent TXT :

TXT e-solutions compte plus de 240 clients dans la mode, avec notamment :  
 Champion Europe, Céline, Diesel, Dolce & Gabbana, Fendi, Geox, Groupe Chantelle, Gucci Group, Hugo Boss, Lancel, Loewe, Louis Vuitton Malletier, Marc Jacobs, Russell Corporation, VF Europe bvba (Wrangler, Lee, Napapijri), Valentino Fashion Group, Groupe Zannier