



REPLAY

HISTORIA DE ÉXITO DE REPLAY

CENTRIC PLANNING REFUERZA CRECIMIENTO Y VISIBILIDAD DE DATOS DE REPLAY

Solución basada en datos potencia toma de decisiones, agiliza planificación y previsiones y mejora resultados.

 CentricSoftware®

© 2023 Centric Software. Todos los derechos reservados.

“Con Centric Planning tenemos visibilidad completa de los datos y una única versión de la verdad en toda la empresa. Ahora los equipos son más flexibles, ágiles y reactivos”. – Paolo Pietrobon, director de Información de REPLAY

“La implementación de Centric Planning es parte de una transformación digital global, y estamos muy contentos con la visibilidad y la gestión de datos que tenemos ahora. Necesitábamos agilizar las soluciones digitales y los procesos empresariales de nuestros equipos globales para respaldar la toma estratégica de decisiones, el análisis de campañas y la reactividad en temporada y así identificar y aprovechar las oportunidades para nuestros clientes mayoristas”, afirma Paolo Pietrobon, director de Información de REPLAY.

Desde la adopción de Centric Planning™ en 2019, REPLAY ha logrado excelentes resultados con una visión unificada de los datos a través de toda la empresa. REPLAY ha reinventado las actividades de planificación, gestión y previsión de ventas. El tiempo dedicado al análisis de ventas se ha acortado en un 10 %, el tiempo de preparación de presupuestos en un 50 % y el de comercialización entre una y dos semanas. Centric Planning ha impulsado además el crecimiento de las ventas de REPLAY en dos dígitos.

Antes de adoptar Centric Planning, REPLAY había buscado una solución digital para empoderar a sus equipos de ventas para crecer a nivel mundial el negocio al por mayor, manteniendo al mismo tiempo su fuerte posición en Europa e Italia.

Tras cuarenta años como marca icónica de vaqueros y conociendo bien el vertiginoso ritmo de la industria de la moda, REPLAY sabía que necesitaba acelerar el Time to Market. La empresa perdía tiempo valioso porque los equipos no tenían acceso a los datos en tiempo real y usaban herramientas obsoletas como correos electrónicos y Excel para compartir la información, analizar el rendimiento, planificar las campañas de ventas y hacer seguimiento de los presupuestos. Los datos se recopilaban y se filtraban a través de herramientas dispares y su fiabilidad era dudosa. Estos procesos representaban un gran reto.

“La moda es una industria que evoluciona a gran velocidad. Para anticiparnos mejor a las necesidades de nuestros clientes mayoristas, acelerar el Time to Market e impulsar el crecimiento, necesitábamos racionalizar los sistemas y procesos. Con Centric Planning, tenemos las herramientas que necesitamos para que nuestro equipo de ventas y nuestros socios sean más eficientes, además para apoyar la toma rápida de decisiones estratégicas y para tener una visibilidad completa del rendimiento estacional y de los presupuestos. Es fundamental tener las mismas herramientas para nuestros equipos al expandirnos a nuevos mercados”, afirma Monica Frattin, directora de Estrategia Empresarial de REPLAY.



HERENCIA ITALIANA, ESTILO INTERNACIONAL

Fashion Box S.p.A., con sede en Asolo (Treviso), se fundó en 1981 y hoy es una empresa internacional líder en el sector de la moda vaquera. El grupo italiano crea, promueve y distribuye ropa informal, accesorios y calzado para hombres, mujeres y niños. Comercia con las marcas REPLAY, REPLAY&SONS y WE ARE REPLAY.

REPLAY es una marca italiana de ropa vaquera casual elegante que ha evolucionado en esta temática desde sus inicios, tomando lo mejor del pasado y dándole un toque contemporáneo.

La misión de la empresa es y ha sido siempre ofrecer lo mejor en estilo innovador, diseño italiano característico y productos de calidad superior. REPLAY distribuye el 70 % de sus productos en Europa, el 10 % en Italia y el 20 % en Oriente Medio, América y África. El 70 % de su negocio lo representa la distribución al por mayor, con clientes que incluyen grandes almacenes multimarca, boutiques independientes y redes de distribución. El 30 % restante se distribuye a través de puntos de venta y de comercio electrónico.

“La meta de la empresa es mantener nuestra sólida posición en Europa e Italia mientras paralelamente aumentamos nuestra cuota de mercado a escala mundial. Para lograrlo, tenemos que estar preparados, estar al día y tener acceso a la información en tiempo real”, dice Frattin.

RETOS

- + Competencia con marcas de moda rápida
- + Mejor anticipación de necesidades de clientes
- + Falta info en tiempo real para previsión y presupuesto
- + Equipos trabajando en sistemas dispares
- + Acceso e intercambio de datos
- + Visibilidad para impulsar toma de decisiones





UNA SOLUCIÓN DE PLANIFICACIÓN RACIONALIZADA EQUIVALE A UNA POTENTE ANALÍTICA Y AL CRECIMIENTO DE UN NEGOCIO

El equipo de REPLAY es muy amplio, incluye un equipo corporativo, directores nacionales y directores de ventas locales que tratan directamente con clientes mayoristas de grandes almacenes a boutiques. Centric Planning es la solución de colaboración que conecta a todos los equipos y se usa para llevar a cabo el análisis previo a la temporada, la elaboración de presupuestos estacionales, la fijación de precios, la previsión de ingresos y las estrategias de clientes.

REPLAY tenía como prioridad agilizar la planificación y la gestión de las campañas de ventas en temporada para así alcanzar los objetivos presupuestarios.

“Antes de Centric Planning, todo se almacenaba y se compartía en Excel y por correo electrónico, con resultados ineficientes”, afirma Pietrobon. [“Necesitábamos una solución universal de planificación y previsión racionalizada que nos proporcionara conocimientos profundos, datos en tiempo real y mayor visibilidad. Centric nos la dio”](#).

Centric Planning ha empoderado a REPLAY para que aproveche las sugerencias automatizadas basadas en datos históricos de clientes mayoristas y así comparar fácilmente escenarios para una toma de decisiones más eficaz. Los equipos de ventas pueden ahora ayudar a los clientes a prever la demanda real para optimizar el inventario, hacer números al detalle para planificar con precisión, llevar el producto adecuado al lugar adecuado en el momento adecuado, y tomar decisiones colectivas basadas en datos para acelerar el Time to Market.

“El equipo de Ventas usa con mucha facilidad la solución Centric Planning, y los análisis son potentes. Los equipos tienen la capacidad de ver el historial de pedidos y el rendimiento de los clientes, analizar y dirigir estratégicamente las campañas de ventas y reaccionar rápidamente con datos en tiempo real”, explica Pietrobon.

Todo se actualiza en tiempo real. Los pedidos de ventas y la planificación pueden modificarse al instante para responder a las oportunidades y a los riesgos del mercado. Los equipos de Ventas están empoderados para hacer lo que mejor saben hacer, se da un gran ahorro de tiempo y aumentan las ventas y el crecimiento.

UNA ASOCIACIÓN ESTRATÉGICA IMPULSADA POR LA INNOVACIÓN

REPLAY eligió Centric por su confiabilidad, facilidad de uso e integración, enfoque personalizado y profunda experiencia en el sector de la moda. REPLAY cuenta con un equipo de ventas en continua evolución y por ello era determinante contar con una interfaz intuitiva y que los usuarios tuvieran un alto índice de adopción.

“El equipo de Centric estaba dispuesto a configurar una solución adecuada a nuestras necesidades específicas. El factor decisivo más importante a la hora de elegir un socio fue el grupo de personas con las que trabajamos y su capacidad e impulso para encontrar soluciones que resuelven nuestros problemas particulares”, explica Pietrobon.

La implementación de Centric Planning en REPLAY se dio exitosamente en seis meses (dentro del plazo, el alcance y el presupuesto) y todo el equipo de Ventas global de REPLAY utiliza ahora el sistema. El equipo de Centric y REPLAY trabajaron estrechamente en la implementación con un enfoque iterativo y ágil. “Recorrimos el proceso paso a paso y evolucionamos el sistema para satisfacer nuestras necesidades. El equipo de Centric examinó todos los aspectos de nuestro negocio, la estructura de los datos, la funcionalidad y la jerarquía de la necesidad de información específica”, afirma Pietrobon.

Centric Planning ha añadido una importante fuerza de referencia en lo que se refiere a los análisis de REPLAY. “Centric Planning está integrado con Power BI y nos permite controlar y supervisar las necesidades de nuestros clientes mayoristas. Con los datos y la analítica en tiempo real, podemos ver fácilmente los historiales de pedidos e identificar vacíos y oportunidades. Centric ha mejorado muchísimo nuestra capacidad para gestionar el abastecimiento y la fijación de precios de los productos y ha solidificado nuestras asociaciones con los clientes”, afirma Frattin.

Rossano Cosci, director general de REPLAY, añade: “Con Centric Planning podemos planificar estratégicamente las campañas de ventas y dirigir eficazmente su ejecución, punto clave para captar todas las oportunidades del mercado y garantizar la coherencia de la marca”.

Son cien los miembros del equipo de REPLAY que ahora trabajan plenamente en Centric Planning y ‘hablan el mismo idioma’, y con ello la marca alcanzará sus objetivos de crecimiento global. La flexibilidad y escalabilidad de Centric es un activo para la estrategia de REPLAY, que sabe que tiene una colaboración a largo plazo con Centric.

“El equipo de Centric siempre estuvo disponible para resolver aquellos traspies que surgieron durante la ágil implementación, y fue proactivo a la hora de explorar funciones que nos acercarían a nuestros objetivos empresariales. No siempre se topa uno con socios tan receptivos y disponibles para colaborar. Hemos establecido una gran relación y sabemos que siempre podemos contar con Centric”, dice Pietrobon.

RESULTADOS

- + Menor Time to Market
- + Facilidad para compartir datos
- + Crecimiento sostenido de ventas de dos dígitos
- + Mejor gestión de presupuesto y previsión
- + Simplificación de decisiones estratégicas de ventas
- + Relaciones con clientes reforzadas

3 IRPs CLAVE

- + **10%** < tiempo análisis empresarial
- + **50%** < tiempo de presupuestación
- + **1-2** < semanas Time to Market

SOBRE REPLAY (www.replayjeans.com)

Fundada en 1981, Fashion Box S.p.A. es hoy una de las empresas internacionales líder del sector de la moda vaquera. El grupo italiano, con sede en Asolo (Treviso), crea, promociona y distribuye ropa informal, accesorios y calzado para hombres, mujeres y niños. Comercia con las marcas REPLAY, REPLAY&SONS, WE ARE REPLAY. La misión de la empresa es y ha sido siempre destacar por su estilo innovador, su característico diseño italiano y la calidad superior de sus productos. La habilidad y la experiencia adquiridas en la producción de moda vaquera, en particular, constituyen un activo especial y único para el Grupo. Fashion Box S.p.A opera en todos los mercados europeos, Oriente Medio, Asia, América y África, con productos vendidos en más de cincuenta países. Replay tiene 120 tiendas monomarca y 3 000 puntos de venta multimarca. REPLAY toma su nombre del concepto “rehacer”, “recrear” y “reelaborar”, que llamó la atención de su fundador Claudio Buziol cuando, durante un partido de fútbol, vio la palabra aparecer en la pantalla de su televisor. Esta marca icónica se ha desarrollado y evolucionado en esta temática desde sus inicios, tomando lo mejor del pasado y dándole un giro contemporáneo. REPLAY es la marca italiana de moda vaquera, ropa casual inteligente, que lleva al mundo entero su estilo auténtico y contemporáneo.

SOBRE CENTRIC SOFTWARE® (www.centricsoftware.com/es)

Desde su sede en Silicon Valley, Centric Software ofrece una plataforma de concepción a lanzamiento de productos para bienes de consumo como moda, Retail, calzado, lujo, exteriores, productos electrónicos, cosmética y cuidado personal y alimentación y bebidas. La plataforma insignia de Centric Software para la gestión del ciclo de vida del producto (PLM), Centric PLM®, ofrece innovaciones de clase empresarial para planificación de mercancías, desarrollo de productos, suministro, calidad y optimización de la cartera de productos, específicamente para las industrias de consumo de rápida evolución. Centric Visual Boards™ ofrecen experiencias altamente visuales y táctiles para la colaboración y la toma de decisiones. Centric Planning™ es una solución innovadora, nativa de la nube y de inteligencia aumentada que ofrece una planificación Retail integral para maximizar el rendimiento del Retail y del negocio mayorista. Centric Pricing™, impulsada por StyleSage™, es una plataforma de conocimiento del mercado impulsada por la inteligencia artificial para la toma de decisiones basada en datos sobre precios y surtidos de productos para maximizar los ingresos y los márgenes. Entre otras muchas innovaciones impulsadas por el mercado, Centric Software es ampliamente conocido por su conectividad con docenas de otros sistemas empresariales, incluidos ERP, DAM, PIM, comercio electrónico y más, además de herramientas creativas como Adobe® Illustrator, una serie de conectores CAD 3D y herramientas de sostenibilidad como HIGG. Centric Software tiene la mayor tasa de adopción del usuario, de satisfacción del cliente y el mayor tiempo de obtención de valor del sector.

Centric Software es filial de Dassault Systèmes (Euronext París: #13065, DSY.PA), líder mundial en software de diseño 3D, maquetas digitales 3D y soluciones PLM.

Centric Software ha recibido múltiples premios y reconocimientos de la industria, incluido el haber sido nombrada por Red Herring en su lista Top 100 Global varias veces. Durante la última década, Centric Software también ha recibido cinco premios de excelencia de Frost & Sullivan.

Centric Software y Centric PLM son marcas registradas de Centric Software, Inc. en Estados Unidos y en otros países. Todas las demás marcas de terceros son marcas de sus respectivos propietarios.

 CentricSoftware®



www.centricsoftware.com/es