

Moda na cyfryzację



Znaczący wpływ na rozwój sektora sprzedaży detalicznej mają w ostatnich latach nie tylko nowoczesne technologie i innowacje, ale przede wszystkim klienci, którzy ewoluują, oczekując lepszej obsługi i większych możliwości wynikających z cyfryzacji. Wychodząc naprzeciw ich potrzebom, Cross Jeans zdecydował się na wdrożenie w styczniu 2018 roku systemów Microsoft Dynamics NAV oraz LS Retail, pozwalających usprawnić wielokanałowy proces sprzedaży i poprawić poziom obsługi klienta.

Cross Jeans dostarcza swoje produkty do wielu europejskich krajów. Zatrudnia ponad 6000 pracowników w kilku fabrykach, produkując rocznie miliony par jeansów. Firma posiada swoje siedziby w Belgii, Czechach, Szwajcarii, Austrii, Holandii oraz w Niemczech. Centrale marki znajdują się w Warszawie oraz Berlinie. Ponadto, Cross Jeans posiada własne biuro projektowe w Turcji. Kolekcje jeansów sprzedawane są obecnie w ponad 2000 punktów sprzedaży w całej Europie.



Przemysław Madejski, Dyrektor Operacyjny, Cross Jeans

podkreśla, że w związku z dynamicznym rozwojem, firma poszukiwała globalnego rozwiązania wspomagającego zarządzanie – wspólnego dla wszystkich zagranicznych oddziałów, które zapewniłoby dostęp do spójnej bazy danych oraz wiarygodną analitykę.

Kluczowym wyzwaniem, jakie postawiła przed sobą firma Cross Jeans, była potrzeba integracji wszystkich rozwiązań wykorzystywanych do zarządzania kanałami B2B i B2C. Kolejnym celem było stworzenie spójnej bazy danych dostępnej w systemie ERP, pozwalającej na sprawną analitykę i raportowanie z wykorzystaniem wcześniej wdrożonych narzędzi Business

Intelligence. Cross Jeans zmagał się z brakiem spójności danych, problemami w komunikacji, co skutecznie utrudniało realizację procesów biznesowych. Kierownictwu firmy zależało również na usprawnieniu procesu zatowarowania sklepów oraz zapewnienie możliwości pracy oraz sprzedaży w trybie offline, bez dostępu do Internetu.

Synergia systemu ERP i platformy e-commerce

Wśród najważniejszych korzyści wdrożenia systemu Microsoft Dynamics NAV należy wskazać możliwość integracji rozwiązań dedykowanych B2B, B2C oraz narzędzi analitycznych z systemem ERP. Dzięki połączeniu możliwości oraz skoncentrowaniu wszystkich istotnych danych w jednej bazie, Cross Jeans uzyskał większą poziom kontroli na procesami realizowanymi w organizacji.

„Wybraliśmy rozwiązania, które nie będą ograniczać naszego rozwoju. Są skalowalne oraz dopasowane do naszych potrzeb. Wdrożone rozwiązania pozwalają na sprawną obsługę procesów magazynowych za pomocą czytników kodów kreskowych, takich jak przyjęcia i wydania towaru, przesunięcia między magazynami, inwentaryzację czy sprawdzanie towaru. Dodatkowo w znaczącym stopniu ograniczają liczbę błędów realizowanych przez pracowników, a także skracają czas potrzebny na wykonanie operacji” – komentuje Przemysław Madejski.

Wygodny system uszyty na miarę

W Cross Jeans zintegrowano ponadto wcześniej wdrożone rozwiązanie Business Intelligence, moduł do zarządzania danymi centralnymi oraz system do zarządzania sklepami detalicznymi LS Retail.

„Wdrożenie LS Retail pozwoliło nam usprawnić procesy sprzedaży oraz podnieść jakość obsługi klientów, zapewniając im lepsze warunki zakupów i promocji oraz możliwość korzystania z kart lojalnościowych. Dzięki temu uzyskaliśmy dokładniejszy wgląd w sytuację firmy. Możemy na bieżąco analizować dane oraz planować przyszłe działania w obszarze logistyki i promocji. Dotychczasowy

system ERP ograniczał rozwój firmy, ponieważ działał jedynie lokalnie i nie był skalowalny” – dodaje Przemysław Madejski.



Firma lepiej planuje zatowarowanie, zapewniając dostępność produktów w sklepach, przy niższym nakładzie pracy. Może zapewnić klientom więcej możliwości, pozwalając na realizację zwrotów w dowolnym sklepie czy korzystania z kart podarunkowych.

„Dodatkową korzyścią, która wynika z wdrożenia systemu Microsoft Dynamics NAV, było przeprowadzenie reorganizacji – optymalizacji procesów zachodzących w firmie. Etap implementacji pozwolił przeanalizować działania i zdiagnozować problemy, a następnie dostosować system ERP do naszych wymagań” – mówi Przemysław Madejski.

Lojalność dzięki personalizacji

Wychodząc naprzeciw zmieniających się potrzeb klientów, Cross Jeans zdecydował się rozszerzyć swoje działania sprzedażowe poprzez wprowadzenie programu lojalnościowego, szerokiego wachlarza dostępnych promocji i kart podarunkowych. Według badań rynku, aż 80% polskich konsumentów korzysta z różnego rodzaju programów motywacyjnych, a tendencja ta stale rośnie. Prowadzenie programu lojalnościowego wśród klientów pozwala podnieść efektywność

prowadzonych kampanii marketingowych dzięki zbieranym informacjom. Umożliwiają one zapoznanie się z gustami i oczekiwaniami klienta, jego zwyczajami zakupowymi oraz preferencjami. Dzięki tego typu informacjom można zoptymalizować prowadzone działania marketingowe i segmentować klientów według zachowań, zainteresowań, historii zakupów oraz wysyłać im personalizowane oferty i promocje.



Obok obsługi kluczowego dla firmy programu lojalnościowego, implementacja rozwiązań do zarządzania sprzedażą detaliczną LS Retail pozwoliła podnieść atrakcyjność zakupów dzięki możliwości prowadzenia różnego rodzaju akcji promocyjnych.

„W branży retail cykl życia produktu ma szczególne znaczenie i przekłada się na realizowane przez nas działania promocyjne.

Ceny oraz następujące po sobie promocje wiążą się z poszczególnymi etapami rozwoju produktu – od wprowadzenia na rynek, poprzez wzrost, dojrzałość, aż po schyłek – kiedy to prowadzone są największe promocje” – mówi Przemysław Madejski, Dyrektor Operacyjny, Cross Jeans.

Dodatkowe informacje o projekcie:

Rozwiązania Microsoft Dynamics NAV i LS Retail zostały uruchomione w Cross Jeans w styczniu 2018 roku. Partnerem wdrożeniowym była firma IT.integro – Partner Microsoft Dynamics w Polsce. System Microsoft Dynamics NAV 2016 wspiera działalność Cross Jeans w obszarach: Finanse, Zakupy, Sprzedaż, Obsługa magazynów (wydania, przyjęcia magazynowe) oraz Bankowość elektroniczna.