

A woman with blonde hair, wearing a blue shirt, is pointing at a computer screen. A man with a beard, also in a blue shirt, is sitting next to her, looking at the screen. The screen displays a software interface with various fields and buttons. The background is slightly blurred, showing a desk with a mouse and some papers.

**ZO BOUW JE EEN
SNELLE EN
FLEXIBELE SUPPLY
CHAIN OP**

WHITEPAPER

GRATIS DOWNLOAD

Snelle en flexibele supply chain

INTRODUCTIE

Succesvolle fashionbedrijven hebben aanzienlijk minder tijd nodig om hun artikelen op de markt te brengen, maar ze weten ook dat niet elk product een snelle doorlooptijd nodig heeft. De toonaangevende bedrijven in de kleding-, schoenen- en sportartikelenbranche hebben hun productlijnen, baserend op de voorspelbaarheid van de verkoop, verdeeld in supply chain segmenten.

SEGMENT 1: DE BASISARTIKELLEN | LANGE CYCLUS

Doorlooptijden van zes maanden of langer zijn acceptabel voor basis- en niet-voorraadartikelen. Met een geoptimaliseerde sourcing krijg je de beste prijs-kwaliteitverhouding op deze producten.

SEGMENT 2: DE BELANGRIJKSTE SEIZOENSGEBONDEN COLLECTIE | KORTERE CYCLUS

Merken kunnen geavanceerde visuele herkenningstools gebruiken om stijlen en kleuren te identificeren die op sociale-mediasites de trend vertonen.

SEGMENT 3: DE NIEUWE SEIZOENARTIKELLEN | SNELLE CYCLUS

Een nog kortere cyclus van drie tot zes weken van ontwerp tot levering stelt merken in staat om binnen één seizoen nieuwheid of innovatie te injecteren.

SEGMENT 4: DE NIEUWE EN NOG NIET GETESTE ARTIKELEN | READ & REACT

Nauwlettende controle van deze items tijdens het seizoen (bijvoorbeeld voor trendmatige prints en kleuren) zorgt voor een snelle aanvulling van topverkopers en een eenvoudigere annulering van slow movers.

SEGMENT 5: DE MEEST RISICOVOLLE PRODUCTEN | TEST OPLAGE

Het lanceren van virtuele of kleine testbatches van een sterk trending item geeft inzicht in de respons van de consument voordat je je volledig aan een artikel verbindt.

CONCLUSIE

Het digitaliseren van de fases concept/ontwerp/sampling, kan tot weken in je time to market besparen. Hoewel gedigitaliseerd werken vaak niet de voorkeur heeft van designers, begrijpen de meeste beslissers in de fashionbranche dat dit wel de nieuwe manier van werken moet gaan worden.

**Snelle en
flexibele
supply chain**

Meer dan twee derde van de door Business of Fashion en McKinsey ondervraagde fashionbedrijven gaf aan dat het verbeteren van de time to market een topprioriteit voor hun bedrijf is, evenals het genereren van consumenten inzichten. Het is echter onrealistisch om te denken dat ieder fashionmerk, -groothandel-, of retailer hun supply chain zo flexibel kan maken en zo met consumenteninzichten kan doorspekken als de Zara's en H&M's van deze wereld. Toch kun je, door te weten hoe ze werken, kijken wat er toepasbaar is voor jouw bedrijf en je eigen supply chain.



Wil je andere handige tips ontvangen over hoe je je supply chain beter kunt inrichten en digitaliseren? Wij werken voor vele fashionbedrijven en voorzien je graag van tips en best practices.

Mail of bel ons vrijblijvend, loop eens binnen op een van onze Walk In Lunches of schrijf je in voor onze nieuwsbrief.