

McGregor implementeert tool vraagvoorspelling

Tekst Ferdi den Bakker Foto Henk Riswick »

Modeketen McGregor Fashion Group is gestart met het gebruiken van software om de klantvraag te voorspellen. Ook kan het programma zelfstandig voorraden inplannen. Naast het nieuwe programma wordt de eerder gehanteerde werkwijze voorlopig nog steeds toegepast.

Coördinator logistiek Kees Merckx is de man die als een spin in het web betrokken was bij de implementatie. Hij is bijzonder te spreken over het pakket en de implementatie van vraagvoorspelling tool A3, al moet volgens hem de menselijke factor in het hele verhaal niet worden vergeten.

“Hoe we bij dit bewuste softwareprogramma zijn uitgekomen? Eigenlijk is er volgens ons maar een pakket op de markt dat echt bewezen heeft te voldoen als het gaat om het vraagvoorspelling in de retail- en fashion sector. Daarnaast maakt A3 geen onderdeel uit van een totaalpakket, het is een bewezen add-on. In oktober 2004 zijn we ons al eens gaan oriënteren op dit pakket, maar het was destijds nog te vroeg om ermee aan de slag te

gaan. Vorig jaar hebben we opnieuw contact opgenomen met A3 Forecast Solutions.

De implementatie verliep bijzonder snel, de leverancier zei nooit zo'n snelle implementatie te hebben gezien. De snelheid is voor een groot deel wel te verklaren. We hebben in eerste instantie alleen het basispakket laten installeren, later kunnen we altijd nog andere onderdelen implementeren.

Verder wisten we uit ervaring dat voorbereiding voor een traject als dit bijzonder belangrijk is. Zo hebben we samen met de leverancier business cases gebouwd voor de drie merken van McGregor: McGregor zelf, Gaastra en de divisie shirts business.

Daarna hebben we een paar workshops gehouden samen met A3. Al met al is er veel tijd in de voorbereiding gaan zitten, maar dat betaalde zich uit in een implementatietijd van drie weken. Ook de oude data is in die tijd overgezet. We vroegen aan A3 ook om ons al tijdens het implementatietraject trainingen met de nieuwe tool te geven. Dat zagen ze in het begin niet zitten, maar achteraf zagen ook zij er het voordeel van in. Je merkt immers tijdens een implementatie dat je last krijgt van voortschrijdend inzicht. Dat kun je door trainingen gedurende het

Bedrijf: McGregor Fashion Group is een Europees modehuis dat zich richt op het ontwerpen, inkopen, merken, distribueren en verkopen van heren-, dames- en kindermode in het hogere marktsegment. McGregor en Gaastra zijn de belangrijkste merken. Tot de groep behoren verder de dress shirt-merken Dimaggio, King, Elmior en Royal Cotton.

Software: A3

Leverancier: A3 Forecast Solutions

Live: 17 juli 2006

Projectleiders: Kees Merckx (logistiek), Rien Overvliet (ict)



project dan prima ondervangen. Waar je als organisatie ook voor moet oppassen is dat je de inzet van je eigen organisatie niet te hoog inzet. Het is een veelgemaakte fout om te veronderstellen dat je werknemers er tijd voor hebben naast de reguliere werkzaamheden. Het best is om een of twee personen vrij te maken en hen alleen met de implementatie bezig te laten zijn.”

Geen tovermiddel

“We hebben in het eerste deel-seizoen goede ervaringen opgedaan met het pakket. En we

hebben vooral goed kunnen vergelijken tussen onze bestaande werkwijze en de werkwijze van het systeem.”

“Uiteraard moet je zelf nog wel hier en daar aan de afstelknoppen van het systeem draaien tot je tevreden bent. En we zien de oplossing ook niet als een tovermiddel, maar het geeft ons vooral de gelegenheid om vroegtijdig te zien hoe de forecast er in het lopende seizoen uit ziet. Dan kunnen we dus ook handmatig vroegtijdig ingrijpen in het assortiment, zodat we tot de beste combinatie komen van uitleverpercentage en service.”

