

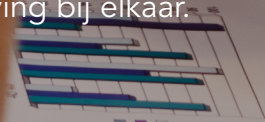


# Wholesale Consulting

Verbind strategie met technologie

## Rivière Maison bouwt productdatafundament ter ondersteuning van haar omnichannel-strategie en versterking van het merk

Het volledige ontwikkelproces van productidee, -design tot en met realisatie komt nu met behulp van de Master Data Management (MDM)-oplossing van Beeyond in één centrale omgeving bij elkaar.



## Situatieschets

### **Onderscheidende collecties vormen de basis voor succes**

Rivièra Maison ontwikkelt tweemaal per jaar een nieuwe collectie waarbij honderden nieuwe producten worden geïntroduceerd. Voor veel van deze nieuwe introducties begint de ontwikkelreis een jaar eerder tijdens de ontwikkelingsfase van een collectie.

Wat behelst de collectie, wat zijn de trends en welke combinatie van producten passen goed bij elkaar?

### **Losse systemen en bestanden**

Het proces van idee, designing, sampling, verpakking en uiteindelijke realisatie werd voorheen niet vastgelegd in één centraal systeem. De verschillende medewerkers die een rol spelen bij het tot stand brengen van succesvolle collecties werkten met hun eigen versies en sloegen bestanden met bijvoorbeeld beelden op in separate locaties.

Richting het einde van het proces was het een intensieve klus om alle relevante en actuele informatie bij elkaar te krijgen. Eén versie van de waarheid ontbrak en ook bij tussentijdse momenten wist men soms onvoldoende waar men stond.

### **Meer samenwerking gewenst**

Door de jaren heen zijn er steeds meer verschillende verkoopkanalen ontstaan en vooral de digitale kanalen vragen voor goede vindbaarheid en conversie om snelle beschikbaarheid van rijke productdata. Dat vraagt om meer samenwerking tussen de teams en collega's, vooral in het ontwikkel- en artikelbeheerproces waar uiteindelijk veel actuele data (inkoop, logistiek, verkoop, marketing) bij elkaar moet komen.

Uiteindelijk was er ook nog efficiencyslag te slaan door in de samenwerking een betere informatieoverdracht te faciliteren en het soms dubbele werk te voorkomen.

### **Voeden van verkoopkanalen**

Met een ambitieuze omnichannel-strategie waarin de fysieke winkels, B2B- en B2C-webshops directer gekoppeld staan met de backoffice (financieel, logistiek, verkooppromoties, CRM) wordt het succes medebepaald door eenduidige datadefinitie en goede datakwaliteit. Een architectuur waarin artikeldata realtime de verschillende frontofficesystemen kan voeden was nodig.

## RIVIÈRA MAISON

HOME IS WHERE YOU CAN BE YOU

### **Een visie is een idee met de kracht om werkelijkheid te worden**

Riviera Maison's idee is een internationaal succesvol interieurmerk neer te zetten. Een merk met een sterke beleving, waar 'het thuisgevoel' een zeer belangrijk aspect is en mensen helemaal zichzelf kunnen zijn, 'home is where you can be you'.

Riviera Maison is een hoogstaand interieurmerk die een breed publiek bedient en waar de doelgroep een heel goed-associatie mee heeft. Exclusiviteit, sfeer en service zijn daarbij de kernwaarden.

### **Exclusiviteit**

Exclusiviteit is mogelijk door de gehele collectie van meer dan 3.000 producten zelf te ontwerpen. Inspiratie en ideeën zijn er bij de 'man achter Riviera Maison' Henk Teunissen in overvloed en worden opgedaan in grote wereldsteden maar ook in de landelijke Provence. Een collectie neerzetten die warmte uitstraalt en exclusief is, blijft één van de pijlers van Riviera Maison.

### **Sfeer en service**

Een absolute voorwaarde is dat de Riviera Maison producten sfeer uitstralen. Sfeer die ook terug te vinden is in de winkels. Daarom is een team van stylisten continu bezig de winkels sfeervol in te richten om zo de klanten inspiratie te geven. Elke week komen er nieuwe producten bij en meerdere keren per jaar wordt de collectie en dus ook de winkels compleet vernieuwd.

Last but not least, staat service en klantvriendelijkheid bij Riviera Maison hoog in het vaandel. Gewoon 'goed' is niet goed genoeg!

Riviera Maison heeft als doel in de toekomst verder uit te groeien tot een nog sterker merk en tot één van de meest gewaardeerde ondernemingen op het gebied van interieur, waar dan ook ter wereld.

Meer informatie over Riviera Maison. Bezoek [www.rivieramaison.nl](http://www.rivieramaison.nl)

## Oplossing

### Maximale flexibiliteit

Rivièra Maison zocht een oplossing die maximale flexibiliteit in datastructuren kon ondersteunen en tevens leidend kon zijn in het beheer van alle gerelateerde productdata, waaronder afbeeldingen, documenten, video's, HTML-teksten, kenmerken en indelingen. Dit is allemaal gerealiseerd in de standaard oplossing van Beeyond met veel vrijheid in het bepalen en aanpassen van het datamodel.

“ Beeyond is het leidende productdatasysteem geworden waarbij teams en collega's worden ondersteund in de samenwerking. Er is ook veel meer overzicht wat de totale kwaliteit ten goede komt.”

### Ondersteuning van het volledige ontwikkelproces

In Beeyond zijn bovenop 'de groothandels-template' additionele datastructuren ter ondersteuning van de designprocessen gerealiseerd.

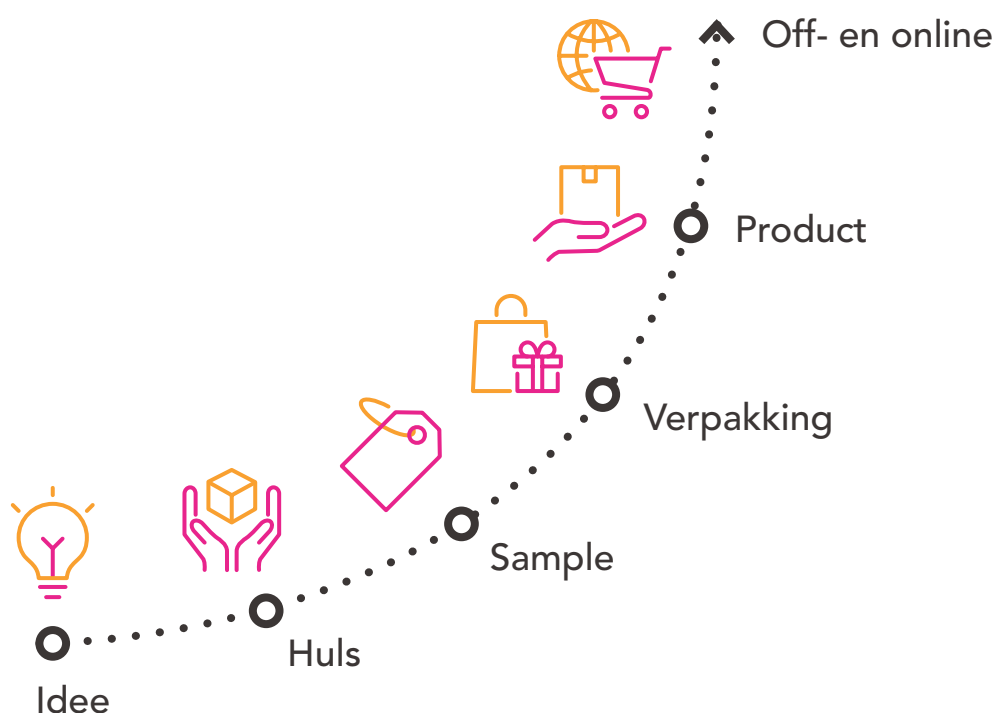
Een belangrijk onderdeel in dit proces is de sample fase. Door het kunnen registreren van samples is Rivièra Maison nu in staat de voortgang te monitoren van het designproces en de gevraagde samples.

Men kan nu ook zeer uitgebreid calculeren wat de productontwikkeling, het transport en eventuele andere opslagen kosten. Deze kostencalculatie geeft inzicht in het effect op de propositie van de producten naar de consument.

### Leidend systeem voor productdata

Beeyond is het leidende systeem voor alle productdata en publiceert deze data naar het ERP-systeem, van waaruit inkooporders, verkooporders en logistieke transacties worden verricht.

Tevens publiceert Beeyond de productdata naar de daarvoor ingestelde verkoopkanalen, waaronder de Rivièra Maison B2B- en B2C-webshops, maar ook handelsplatformen zoals Wehkamp en BOL.com



“ Omdat consumenten steeds meer oriënteren en kopen in een wisselwerking van web- en winkelbezoek, werd het belangrijk om op alle momenten van het verkoopproces te voldoen aan de verwachtingen en de merkbeleving. Dat lukt ons nu mede door de inzet van Beeyond waarbij het volledige verkoopproces off- en online met eenduidige productdata wordt ondersteund.”

### Voedingsbron voor analyse-omgeving

Om de collectieontwikkeling efficiënt te rapporteren voedt Beeyond de analyse-omgeving van Rivièra Maison waardoor men in staat is actief te sturen op de voortgang van de collectieontwikkeling en de bijbehorende KPI's.

### Centraal datafundament

Beeyond vormt het centrale datafundament waarmee Rivièra Maison in staat is verder te digitaliseren. Het systeem omvat reeds 17.000 actieve producten, 27.500 afbeeldingen, 2.100 actieve samples, 1.500 actieve verpakkingstrajecten en 1.100 nog verder te ontwikkelen ideeën.

### Eén versie van de waarheid

Binnen Beeyond wordt de 'enige waarheid van een product' beheerd, verrijkt en beschikbaar gesteld aan alle overige systemen. Door een tweeweg-integratie (closed-loop) tussen Beeyond en Rivièra Maison's ERP-systeem (Unit4 Wholesale) hoeft niemand meer handmatige wijzigingen door te voeren in één van beide systemen.

Naast het ERP worden WMS, B2C- en B2B-webshop, analytics en diverse onlinekanalen van handelspartners voorzien van deze (ver)rijkt(e) data vanuit Beeyond.

### Betere samenwerking

Er is nu een omgeving opgebouwd waarin meer dan 30 collega's samenwerken en zorgt Beeyond dat de verschillende deelprocessen verbonden zijn.

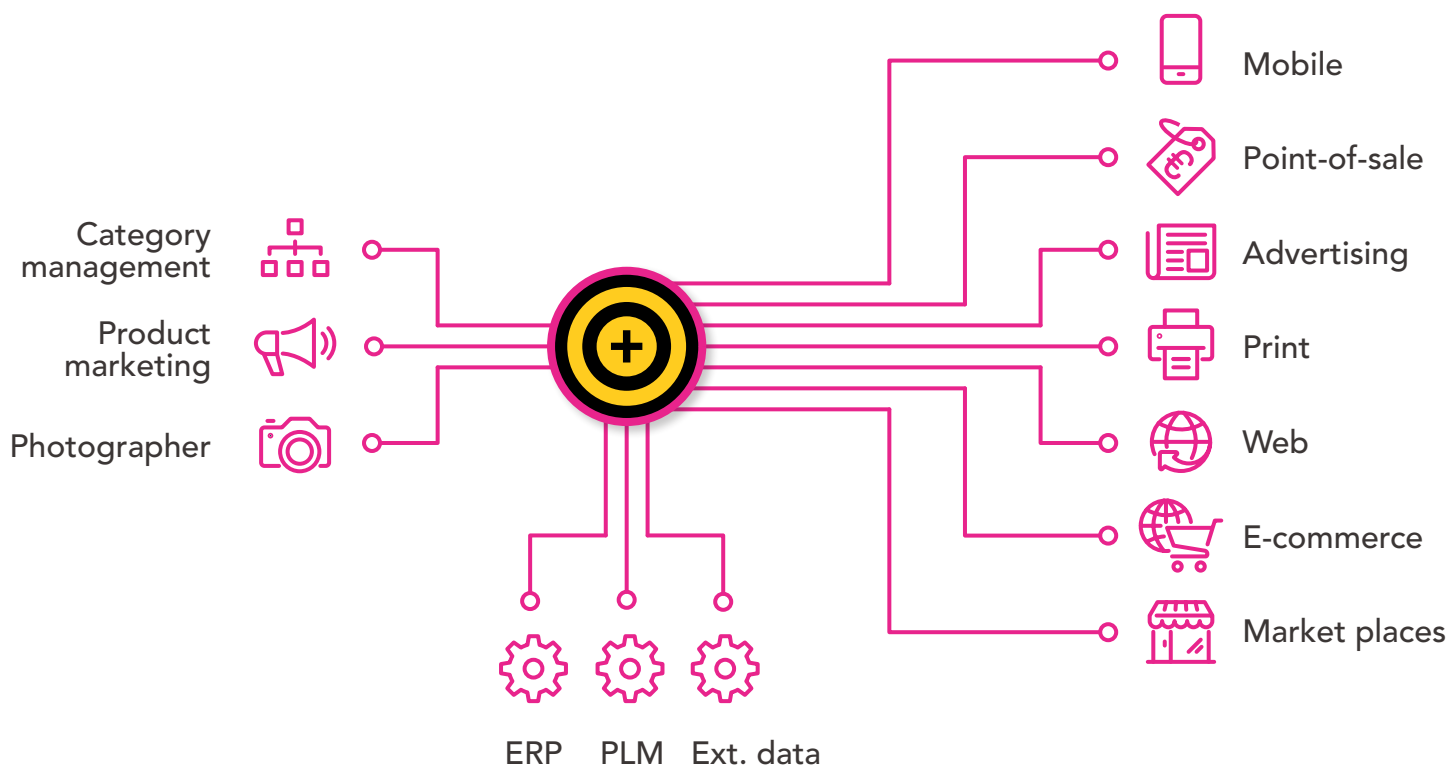
## Voordelen

- ✓ Betere sturing op het productontwikkelp proces
- ✓ Betere samenwerking tussen teams en collega's
- ✓ Eenduidige datadefinitie en verbeterde datakwaliteit
- ✓ Versnelling in het beschikbaar hebben van actuele productdata
- ✓ Efficiencylagen in artikelbeheer
- ✓ Fundament voor verdere uitrol van omnichannel-strategie
- ✓ Ondersteunend aan de merkbeleving

“ Beeyond voedt onder andere het ERP-systeem met productdata. Het ERP-systeem voedt op haar beurt weer Beeyond met belangrijke logistieke informatie. Zo wordt productdata automatisch verrijkt en blijven we in sync.”

## De Digitale Groothandel

Data vormt het fundament om nieuwe toegevoegde waarden te bouwen. Artikeldata neemt daardoor binnen de digitale groothandel steeds vaker een centrale positie in om informatie te verzamelen, te verrijken en weer te delen.





# Wij zijn de Wholesale Consulting Group

Wij zijn gespecialiseerd in de bedrijfsmatige inpassing van technologische innovaties binnen de groothandelsmarkt. We helpen groothandels de waarde uit technologie te maximaliseren door deze te verbinden met hun strategie en begeleiden de eventuele businesstransformatie die hieruit voortvloeit.

Daarbij hebben we een groot netwerk van technologieleveranciers en groothandels die we graag in verbinding brengen om ervaringen en kennis te delen.

Door de mondiale digitalisering wordt van iedere ketenpartner constante innovatie, specialisatie en procesefficiency gevraagd. Het centrale vraagstuk in deze dynamiek is hoe je omgaat met data. Data wordt niet voor niets de nieuwe olie genoemd. Het biedt de mogelijkheid tot meer efficiëntie, maar ook tot differentiatie.

De grote uitdaging is om dit slim te kunnen integreren in je keten en om dit om te zetten naar nieuwe verdienmodellen. Wij hebben op het gebied van data-integratie en datamanagement expertise opgebouwd en vertaald naar hoogwaardige dienstverlening.

Daarnaast leveren we gestandaardiseerde concepten op de Beyond Master Data Management (MDM) en de Dovetail data-integratie oplossingen, afgestemd op de groothandel.



---

## Wholesale Consulting Group

Tolnasingel 10  
2411 PV Bodegraven

**T** +31 (0)85 0655 343

**E** [info@wholesaleconsultinggroup.nl](mailto:info@wholesaleconsultinggroup.nl)

**W** [www.wholesaleconsultinggroup.nl](http://www.wholesaleconsultinggroup.nl)

**in** Wholesale Consulting Group

 @Wholesaleconsul

 WholesaleConsultingGroup

Ontdek ook de kracht van de community en deel kennis met vakgenoten en andere groothandelsbedrijven. Delen is het nieuwe vermenigvuldigen. Bezoek [www.expertplace.nl](http://www.expertplace.nl)