



Rivière Maison bouwt fundament voor artikeldatabeheer

Een artikeldatafundament ter ondersteuning van de omnichannel-strategie en versterking van het merk Rivière Maison.

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



Situatieschets

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

Onderscheidende collecties vormen de basis voor het succes van Rivièra Maison. Rivièra Maison ontwikkelt tweemaal per jaar een nieuwe collectie waarbij duizenden nieuwe producten worden geïntroduceerd. Voor veel van deze nieuwe introducties begint de ontwikkelreis een jaar eerder tijdens de ontwikkelingsfase van een collectie.



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. Één 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.

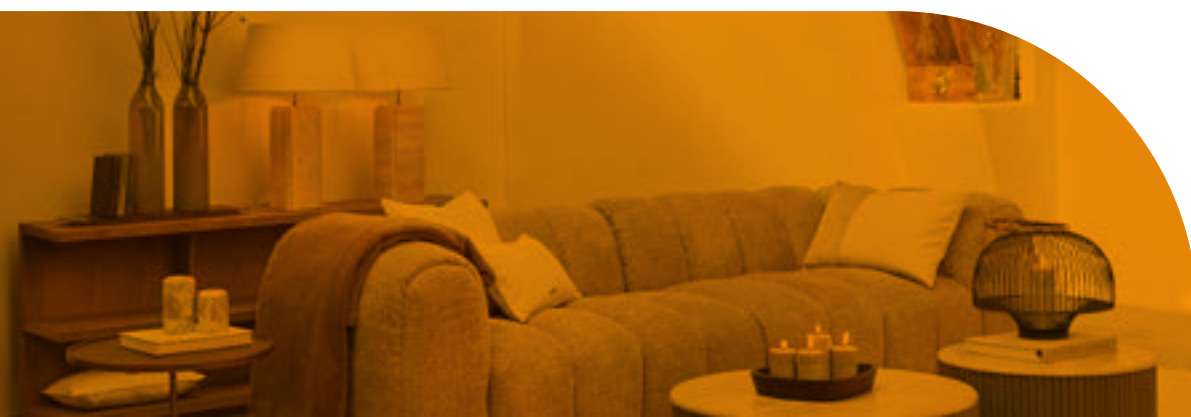
Uiteindelijk was er ook nog efficiëncyslag te slaan door in de samenwerking een betere informatieoverdracht te faciliteren en het soms dubbele werk te voorkomen.



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



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 genieten een zeer belangrijk aspect is en mensen helemaal zichzelf kunnen zijn, 'home is where you can be you'.

Rivière Maison wil graag een interieurmerk bieden waar een breed publiek een feel good 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 Rivière 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 Rivière Maison.

Sfeer en service

Een absolute voorwaarde is dat de Rivière 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 acht keer per jaar wordt de collectie en dus ook de winkels compleet vernieuwd.

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

Rivière 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 Rivière Maison. Bezoek www.rivieramaison.nl



Oplossing

“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.”

● Maximale flexibiliteit

Rivière 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.

● Ondersteuning van het volledige ontwikkelproces

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

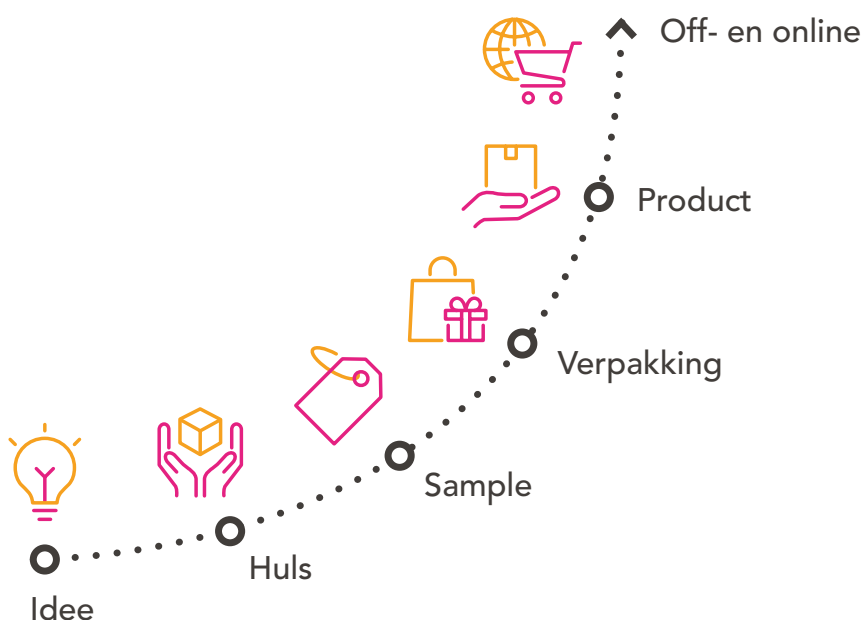
Een belangrijk onderdeel in dit proces is de sample fase. Door het kunnen registreren van samples is Rivière Maison nu in staat de voortgang te monitoren van de gevraagde samples en de designprocessen.

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 Rivière Maison B2B- en B2C-webshops, maar ook de handelsplatformen, zoals Wehkamp en BOL.com.



RIVIÈRA MAISON
HOME IS WHERE YOU CAN BE YOU

“Omdat consumenten steeds meer oriënteren en kopen in een wisselwerking van web- en winkelbezoek, werd het belangrijk op alle momenten 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 bij 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.

● **Één 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 (KCS 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)rijk(t)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 bijvoorbeeld het ERP-systeem, maar 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.

Centrale positie artikeldata

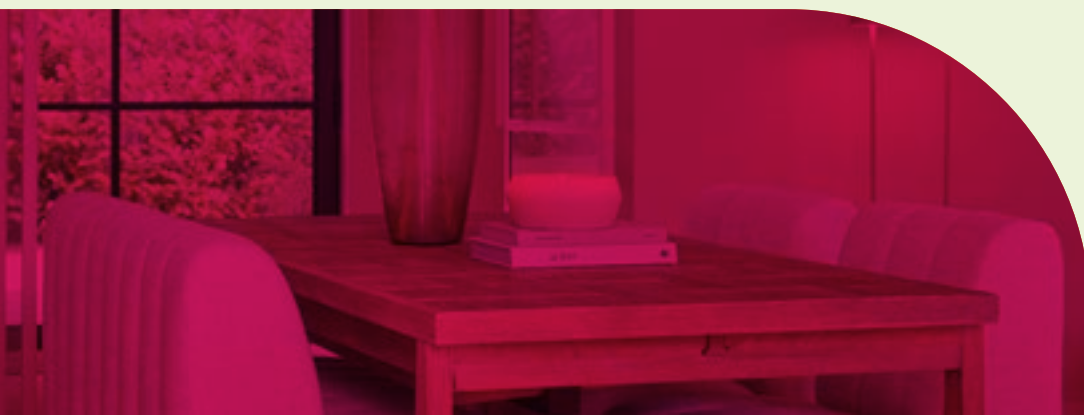
- Leveranciersdata
- ERP
- WMS
- CRM
- Externe datapools



- Mobiele apps
- Point of sale
- Print
- Adverteren
- Klantomgeving
- E-commerce/webshop
- Online marktplaatsen

- Databeheer
- Marketing
- Inkoop
- Product

RIVIÈRA MAISON
HOME IS WHERE YOU CAN BE YOU



Wij zijn de WCG

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.



Vol vertrouwen veranderen

Groothandels weten prima dat ze de stap moeten zetten naar digitalisering. De markt vraagt nou eenmaal om steeds sneller en efficiënter. Gebaseerd op data. Traditionele middelen werken niet meer. De sleutel zit in de digitale verbinding van organisaties, systemen en processen.

Maar hoe dan? De materie is complex en de technologische ontwikkelingen gaan razendsnel. Ondernemers liggen hier regelmatig wakker van.

Daarom focust WCG zich volledig op het digitaliseren van de groothandel. Wij zijn hún strategische partner met technologische bagage. Maar ook wij hebben de wijsheid niet in pacht. Liever werken we als een team aan de oplossing. Kennis wordt gul gedeeld. Zo helpen wij groothandels aan het zelfvertrouwen om te veranderen. Onze klanten zien de kansen van de digitale groothandel, én kunnen ze pakken.

Contactgegevens

WCG
Tolnasingel 10
2411 PV Bodegraven
+31 (0)85 0655343
www.wcg.nl
info@wgc.nl