



Elie Tahari 将时装知识与强大的分析相结合

概述

需求

Elie Tahari 需要更快且更实用的信息来加速决策制定，使它的流程与快速变化的市场保持同步。

解决方案

Elie Tahari 使用 Cognos® 创建了一个无缝的报告框架，提供从销售店面到其供应商的库存和生产计划的细粒度且实时的信息。

智慧之源

销售比率和库存的实时洞察使 Elie Tahari 能够优化商店级的商品决策，确保最流行的时装在正确的时机摆放在正确的位置。

结果

“借助 Cognos 所实现的实时洞察，我们能更好地在各个业务级别将我们的时装市场知识转化为智慧的实践。”

— Nihad Aytaman, 业务应用主管, Elie Tahari

在所有著名的高档时装品牌背后，都是直觉、灵感和创新的一个混合体。这个混合体对理解高端时装与艺术世界中的紧密关系和频繁的交融很有帮助。它还说明了为什么品牌神秘性（创造并保护它）是成功的基本要素。尽管唯一性、灵感和创意等质量可使公司和品牌名声大噪，但长期保持领先优势需要在每个业务方面进行审慎的业务决策。作为一个团体，没有任何机构比高端时装制造商更深谙和注重人们的口味了。但口味可能会很快发生变化。执迷于太多过去的风格或没有足够时下流行风格的制造商面临着损失销售额和利润，以及损失客户对其品牌忠诚度的风险。

要确保它们在店面里随时都拥有正确的产品组合，高端时装制造商不仅必须认识到销售模式的变化，还必须迅速将这一情报转化为一系列应用到供应链的协调决策。这意味着知道何时将某些风格的时装的哪些尺码和颜色款式的产能提升或缩减多少。它意味着选择正确的运送模式组合来平衡交付的紧急性与成本。它甚至可能意味着提前几个月订购稀缺的布料，确保在需要时手头有足够的原材料。

决策制定的结构

自 1973 年创立以来，位于纽约的 Elie Tahari 已成为一个著名的全球时装品牌，在 40 多个国家（地区）拥有数亿美元的年收入。它的经验展示了流程孤岛可能对敏捷和协调决策制定带来的负面影响 – 这种影响被其越来越复杂的供应链放大了。这个链条始于亚洲的供应商（Elie Tahari 从它们哪里采购大部分服装的原材料），然后延伸至包含 Macy's、Saks Fifth Avenue、Neiman Markus、Bergdorf Goodman 等的大型零售商网络，当然还包括它自己的 17 家连锁店。



业务收益

- 通过实时销售、库存和物流信息的可用性实现更快且更精明的决策制定
 - 将报告周期从长达两天缩短到几分钟
 - 供应链和物流成本降低 30%
 - 来自供应商海外运输的空运（或水运）比例从 80% 减少到了不足 50%
 - 优化的店面产品组合带来了更高的销售额（和更高的利润）
 - 更快地响应时装趋势变化，进而强化 Elie Tahari 品牌
-

收集制定关键决策所需的信息是一个艰巨且耗时的过程。数据的主要来源是5个独立的系统（Elie Tahari 依靠它们来运营自己的业务），以及它从批发渠道收到的标准化的产品活动交易报告。为了将这些信息统一到一个具有凝聚力且完整的形势全景图中，各个部门的员工需要手动将该数据整合到电子表格中。之后经理才能制定基本的决策，比如向每个商店发放哪些产品，从供应商订购哪些产品，以及如何最佳地从海外接收新货物等。

时间就是敌人

此方法内在的局限性只是问题的开头。更大的问题是它给 Elie Tahari 的决策制定带来的限制。从公司的核心系统生成数据之时开始，经理可能会花长达两天的时间来获取他们可以操作的信息。除了及时性和透明性，这些报告使经理丧失了制定优化决策所需的粒度级别。指导其中许多决策比每次都及时地满足对零售商的承诺更加重要。这增加了零售商广告中特价活动的紧迫性。为了最大限度降低延迟交付的风险，经理常常诉诸于空运（成本是水运的 3 倍），而优点就是安全。店内补货决策、细粒度的缺乏使经理难以基于不同商店或地区之间的销售模式区别来调节向商店发运的产品和尺码组合。在 Elie Tahari 实现 IBM Cognos BI 来提供实时报告后，这一切就改变了。

面向零售业的智慧解决方案：

Elie Tahari 沉着应对时装的变化速度



物联化

销售、库存和货运的实时信息直接从 Elie Tahari 的核心交易系统采集。

互联化

来自 Elie Tahari 5 个不同核心平台的交易信息经过标准化并整合到单一的报告框架中。

智能化

商店级销售和库存数据的实时与细粒度可视性支持优化的补货和销售实践，而供应链透明性有助于实现更低的物流成本。



解决方案组件

软件

- IBM Cognos® 8 BI
- IBM DB2® for i
- IBM InfoSphere™ DataStage®
- IBM WebSphere® MQ

服务器

- IBM Power Systems™ 550

服务

- IBM Global Business Services
-

内部案例：实现目标

在正确的时间……当 Elie Tahari 的 CIO 首次提出使用 BI 来简化、统一和加速关键指标的报告时，很少有人怀疑员工对它的需求和在整体上带给业务的重要潜在收益。但对于改进报告的所有前景，Elie Tahari IT 团队（他们采用了自有实现）认识到了这些风险并竭尽全力减轻它们。“数据完整性是最大的风险”业务应用主管和 Cognos 实现领导 Nihad Aytaman 解释道。“与我们的 BI 经理 Sam Gottlieb 合作，我们认识到我们的成功依赖于说服人们接受制定最关键决策的全新基础，而且这么做的唯一方式是从一开始就在数据准确性方面获得他们的完全信任，” Aytaman 说。“您要真的尝试这么做；如果将信息提供给用户但信息不正确，则很难再次获得他们的信任。”

确保完整性 ...为了将数据从其核心应用转移到数据仓库，Elie Tahari 依赖于 IBM WebSphere® MQ、IBM InfoSphere™ DataStage® ETL 和远程日志（运行其核心平台的 IBM Power Systems™ 服务器的一个数据复制功能）的组合。作为确保其交易系统和数据仓库完全一致的一种额外保障，Aytaman 和他的团队创建了完整性检查计划，在每天晚上对比数据仓库与向其提供数据的交易系统之间的关键信息元素。

步调就是一切 ...Elie Tahari 决定整个组织中逐个部门地部署仪表板、报告和分析功能在一定程度上是其精简的 IT 资源的反映。但它还反映了 Aytaman 将时间和精力集中在促进相对小规模（即部门或工作组级）的采用上，进而鼓励在集团的用户中更深入地推广这一谨慎决策。此方法不可或缺的一部分就是仅在初步部署阶段交付最重要报告的决策，

(续)



这缩短了通过 Cognos 在公司范围提供最重要报告所需的时间。建立这一最初的共识之后，Aytaman 和他的团队返回并完善了该实现，只用 6 个月就完成了初始部署。“通过[在第一阶段]投入每个部门所需的时间，我们成功地让人们感觉到 IT 对他们非常重视，” Aytaman 说。“这确实促进了采用。”

在公司内部，Elie Tahari 将新的报告解决方案称为 TREND（Tahari Real-Time ENvironment for Data, Tahari 实时数据环境）。Tiffany Tankersley 没花多长时间就看到了它带来的更加及时和细粒度洞察方面的收益。一位负责通过零售商销售的部门经理 Tankersley 采用了为所有商店订购相同比例的衣服尺码——在选择上比实际需要的更少。“Cognos 报告中显现出来的是我们在各个地区和商店销售的尺码分布的区别，” Tankersley 解释道。“通过看到以前无法看到的模式，我们能够修改每个商店的时装尺码分布。”

除了确保最热门的产品在客户需要时有货，这些智慧补货实践还对底线利润具有重大影响。库存恰当的产品组合（尺码组合）减少了零售商对流通缓慢的产品进行打折促销的请求，进而保持了利润优势。出于同样的原因，减少退货量也降低了与逆向物流关联的大量成本。

Elie Tahari 还制定了智慧的供应链决策。有了对生产状况的可视性，并且库存和位置信息更加透明和时新，物流经理就拥有了优化运送战略所需的信息。自 Elie Tahari 开始使用 TREND 来支持其物流决策以来，空运的货物比例从 80% 下降到了 50% 以下 – 所有这些都不会影响它向零售商履行按时交付承诺的能力。



Let's build a smarter planet

时装中的敏捷性

对 Nihad Aytaman 而言，Elie Tahari 的智慧零售实践是公司保持持续强劲的增长势头的一个重要因素，并且在最近提升了它调整产品以适应受经济状况驱动的客户口味变化的能力。“Elie Tahari 始终将富有远见的意识与对时装趋势变化的敏锐眼光相结合，” Aytaman 说。“借助 Cognos 软件所带来的实时洞察，我们能更好地将我们的时装市场知识转换为每个业务层面的智慧实践。”

更多信息

如需了解 IBM 如何帮助转型企业的更多信息，请联系您的 IBM 销售代表或 IBM 业务合作伙伴。

我们的网址是：

ibm.com/retail



© 版权所有 IBM Corporation 2010

IBM Corporation
1 New Orchard Road
Armonk, NY 10504
U.S.A.

在美国印刷

2010 年 3 月

保留所有权利

IBM、IBM 徽标、ibm.com、Let's Build a Smarter Planet、Smarter Planet、地球图标、Cognos、DataStage、DB2、InfoSphere、Power Systems 和 WebSphere 是国际商业机器公司在全球许多司法管辖区注册的商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。关于 IBM 商标的最新列表，请访问 ibm.com/legal/copytrade.shtml 的“Copyright and trademark information”部分。

本案例研究演示了 IBM 客户如何使用 IBM 产品。不保证可获得任何类似结果。

本出版物中对 IBM 产品或服务的引用，不代表 IBM 打算在所有 IBM 运营的国家或地区都提供这些产品或服务。



请回收利用

ODC03166-USEN-00
