



STEFANO RICCI Spa

“La Stefano Ricci spa ha scelto Dynamics Nav con la verticalizzazione Dress per ottimizzare la produzione di abbigliamento da uomo “su Misura”, per una gestione integrata dei punti vendita sparsi in tutto il mondo e per avere un controllo puntuale delle lavorazioni esterne.”

La Stefano Ricci Spa nasce nel 1972 a Firenze per opera della volontà di Stefano Ricci e della moglie Claudia.

L’inizio dell’attività creativa ed imprenditoriale di Stefano Ricci coincide con la prima collezione di cravatte stampate, da lui totalmente disegnate e colorate. Erano anni in cui la moda uomo risentiva di una stagnante influenza del classico gusto inglese.

La prima collezione, ispirata ai soffitti a cassettoni dei palazzi fiorentini, fu l’inizio di un rapido successo, sia in Italia che all’estero, e sorprendentemente con prezzi ben superiori a quelli delle griffe sia italiane che inglesi già affermate.

Nel corso di questi anni, Stefano Ricci, gradualmente, anche attraverso l’apertura del laboratorio di camiceria e della propria fabbrica di cravatte, ha mantenuto costante la stessa filosofia e gli stessi concetti di ricerca assoluta della qualità del prodotto, consolidando sempre maggiori voci merceologiche, fino a presentare una intera collezione di abbigliamento maschile.

Oggi, il marchio Stefano Ricci rappresenta un punto di riferimento nel segmento extralusso, sia grazie all’ampliamento dei prodotti offerti, tant’è vero che si può parlare di vero e proprio total look, sia per merito della visibilità offerta dai negozi mono-marca aperti a Shanghai, Montecarlo, Beverly Hills, Pechino, Cheng Du e Costa Smeralda (con prossima apertura a Xian, quarto negozio in Cina, e New York).

La soluzione in breve

Mercato di riferimento

Moda

Regione

Firenze

Le esigenze

Gestione della complessità articolo, sia sotto l’aspetto logistico-produttivo che economico. Mantenere elevatissima la qualità del prodotto, gestendo ogni cliente come se fosse l’unico.

- Ridurre i tempi di realizzazione dei capi (quasi tutti su misura) utilizzando una varietà di tessuti molto ampia e stagionale.
- Controllare e supportare la catena di retail sempre più numerosi.

In altre parole, sfruttare l’innovazione tecnologica per mantenere la propria caratteristica artigianale.

I benefici

• Grazie al configuratore, integrato nel prodotto, è possibile definire e gestire un capo completamente definito dall’utente, a cui viene assegnata una matricola univoca che lo accompagnerà fino al punto vendita.

Sia le misure del cliente che lo storico dei suoi acquisti sono visionabili da tutti i punti vendita, offrendo alla clientela, così fidelizzata, la possibilità di acquistare o ritirare un capo personalizzato ovunque nel mondo.

I negozi comunicano giornalmente le vendite alla sede centrale, consentendo alla sede di tenere sotto controllo l’andamento del mercato in modo da muovere determinati articoli da un negozio all’altro in base alle tendenze del mercato locale.