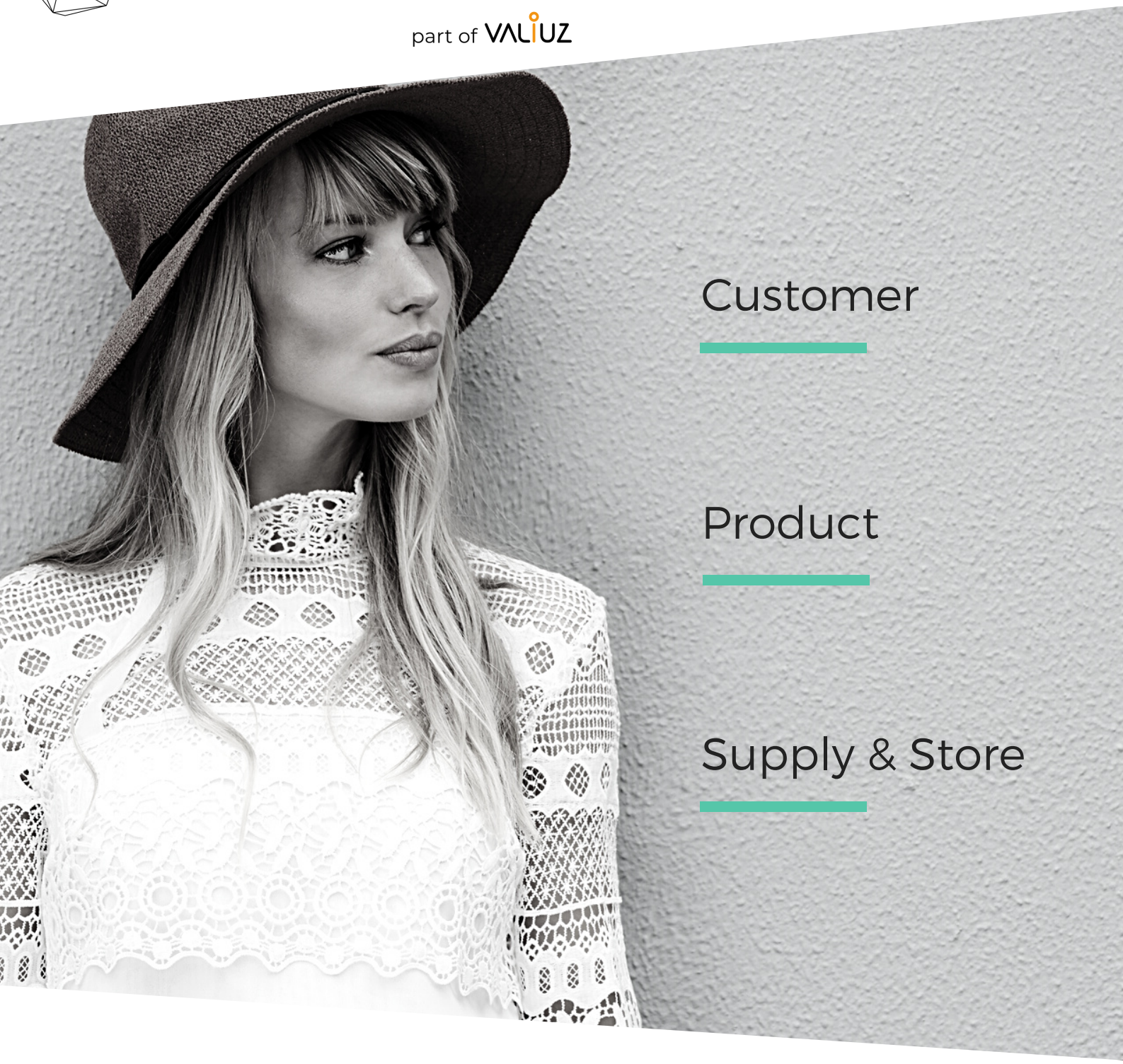
fashion data

part of VALIUZ



Customer

Product

Supply & Store

L'INTELLIGENCE DE LA DONNÉE

au service de la performance économique et écologique des marques de mode

PRESS BOOK - 2022

FASHION DATA

NOTRE MISSION

WWW.FASHIONDATA.IO

En collaboration avec les enseignes de la mode et du lifestyle, Fashion Data met l'intelligence de la donnée au service d'un nouveau **Fashion Business Zero Waste.**

Grâce à nos **solutions 100% Métier et 100% Data**, nous accompagnons les équipes opérationnelles dans cette transformation en fédérant solutions, technologies, algorithmes et compétences.

2,5 K

MAGASINS ANALYSÉS

140 K

DE PRODUITS BENCHMARKÉS

15 M

DE PROFILS CLIENTS ENRICHIS

NOS 3 BUSINESS STREAMS

3 FACETTES DATA D'UN MÊME BUSINESS

CUSTOMER

COMPRENDRE LES CLIENTS POUR ANTICIPER LEURS ATTENTES, MIEUX LES SERVIR, LES ACCOMPAGNER DANS LEURS PARCOURS D'ACHAT ET RENFORCER LEUR FIDÉLITÉ

PRODUCT

DÉTECTER LES TENDANCES ET PRÉDIRE FINEMENT LES VOLUMES DE VENTES POUR NE FABRIQUER QUE LES QUANTITÉS NÉCESSAIRES, AU MEILLEUR PRIX ET AU BON MOMENT

SUPPLY & STORE

GARANTIR LA DISPONIBILITÉ DES PRODUITS ET TENIR COMPTE DES SPÉCIFICITÉS DE CHAQUE MAGASIN POUR UN TAUX D'ÉCOULEMENT OPTIMAL ET UN TAUX DE RUPTURE MINIMAL

THE MAGIC SAUCE

La performance d'une enseigne de la mode réside dans sa capacité à disposer simultanément de produits tendance, en juste quantité, d'une logistique solide, dans les bons magasins et d'une clientèle fidélisée, de plus en plus digitalisée.

GRÂCE À LA DATA ET À L'IA FASHION DATA ACCROÎT LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DES MARQUES ET ACCÉLÈRE LEUR TRANSFORMATION ZERO WASTE

Les enseignes traditionnelles du prêt-à-porter doivent à nouveau muter, très rapidement, afin de répondre aux nouveaux défis de notre époque. Originellement créées pour apporter, au plus grand nombre, une mode facile et accessible, ces enseignes du textile affrontent depuis 2005 les marques de Fast Fashion, concurrents redoutables dont l'unique objectif est d'inciter les consommateurs à renouveler au maximum leur garde robe en créant un faux sentiment d'urgence et d'aubaine, quitte à lancer de nouvelles collections toutes les deux semaines et à fabriquer en grande quantité sans se soucier de ce qui ne sera jamais vendu.

Vers un nouveau Fashion Business Model

Depuis 2010, ces mêmes enseignes doivent aussi s'adapter à une nouvelle forme de concurrence, les Digital Native Vertical Brand, qui surfent sur la digitalisation des parcours d'achat et sur les marketplaces des géants du Web pour séduire une clientèle exigeante, connectée en quête d'expérience individualisée.

Ces mutations et excès condamnables ont fait de l'industrie de la mode un des pires élèves du secteur du retail tant par son impact écologique catastrophique pour notre planète que par sa performance économique destructrice de valeur mais surtout d'emplois, de talents et au final de sens.

Les enseignes de la mode doivent donc se réinventer en profondeur, pour passer du toujours plus au nettement mieux et basculer vers un nouveau Fashion business Zéro Waste tant pour la planète, que pour leurs collaborateurs et clients.

fashion data
part of VALIUZ

“L'Industrie de la mode doit radicalement se transformer pour s’adapter aux nouvelles attentes des consommateurs, donner du sens au travail de chaque collaborateur, mieux protéger tous les acteurs de la chaîne de production, réduire son empreinte sur la planète et retrouver les chemins de l’innovation et de la rentabilité”, déclare Romain Chaumais, CEO de Fashion Data. « Cette transformation complexe ne sera rendu possible que par un usage systématique des Big Data et de l’Intelligence Artificielle connectés à des solutions métier efficaces intégrées aux processus quotidiens des équipes opérationnelles.
Telle est la mission de Fashion Data.”

L'ambition de Fashion Data

Accélérer la transformation des enseignes vers un nouveau Fashion Business Model « Zero Waste» (zéro gâchis) rentable et pérenne. Grâce à ses solutions 100% Métier et 100% Data - centrées Client, Produit, Supply Chain et Magasin - Fashion Data booste le chiffre d"affaires des enseignes et accroît l’efficacité des équipes opérationnelles en fédérant solutions, technologies, algorithmes et best practices.
Fédérer les acteurs européens de la mode et du lifestyle pour co-créer un nouveau Fashion Business Model Zero Waste en mutualisant solutions data, algorithmes de pointe et compétences métiers

Fashion Data, pionnier de l’IA au service de l’industrie de la mode

Construire des modèles prédictifs pour permettre aux enseignes d'anticiper les attentes des consommateurs, les ventes associées, la disponibilité des stocks ou encore l’évolution des tendances de la mode. Pour cela, Fashion Data unifie, croise et valorise l’ensemble des données d’une enseigne tout en faisant un usage pertinent et respectueux des données en appliquant les règlementations les plus strictes en terme de protection de la vie privée.

FASHION DATA EST ORGANISÉE AUTOUR DE 3 AXES STRATÉGIQUES

1. CONNAÎTRE SES CLIENTS

- Créer des profils consommateurs (Buyer Persona) associant données client, transactions et open data.
- Identifier les attentes et besoins de chaque client / visiteur afin de procurer une expérience utilisateur individualisée et contextualisée.
- Identifier les clients communs à plusieurs enseignes, afin de construire des segments «jumeaux» et accroître la circulation multi-marques.
- Augmenter le nombre de clients omnicanaux en stimulant les parcours d'achat combinant online et offline
- Dynamiser l'efficacité et le coût des programmes de fidélité en optimisant la générosité selon le profil et le comportement de chaque client.

2. ANTICIPER LES TENDANCES

- Détecter les tendances qui feront la mode pour les prochaines collections en analysant les réseaux sociaux, en identifiant les influenceurs et en sondant l'opinion des meilleurs clients.
- Estimer, dès la conception, les ventes des futures collections, au grain article-taille-couleur, afin d'ajuster les engagements, optimiser les coûts de fabrication et réduire fortement les invendus.
- Dès les premiers jours de vente, ajuster le cycle de vie de chaque référence, et détecter les produits devant être relancés en fabrication pour éviter les ruptures sur les meilleurs articles.

3. OPTIMISER LA LOGISTIQUE ET LES MAGASINS

- Identifier et caractériser les spécificités de chaque magasin (store identity) pour mieux adapter l'offre, contextualiser la communication et tenir compte de l'environnement concurrentiel.
- Ajuster intelligemment et automatiquement les stocks cibles de chaque magasin pour chaque référence, taille, couleur et ainsi disposer des bonnes quantités au bon endroit.
- Calculer un niveau de priorité pour chaque commande afin de prendre les meilleures décisions pour acheminer les produits aux bons endroits, aux bons moments et aux meilleurs prix.

fashion data
part of VALIUZ

“La data est un formidable levier business pour accroître la marge opérationnelle des enseignes tout en accélérant leur transformation vers un Fashion Zero Waste accessible à tous. Les solutions d’IA mis en place chez nos clients, permettent désormais aux équipes métier de prendre les meilleures décisions”. Il faut rappeler que les entreprises qui excellent dans l'usage de l'IA, bénéficient d’avantages compétitifs décisifs, dans un monde où les hommes et les machines collaborant ensemble surpassent les hommes ou les machines travaillant seules.”

Romain Chaumais,
Executive Leader chez Fashion Data.

ILS NOUS FONT CONFIANCE

JULES

SANDRO

éram

FAGUO

ROUGEGORGE

maje

BZB

grain de malice

CLAUDIE PIERLOT

mellow yellow

tbs

BOCAGE

GÉMO

fashion data
part of VALIUZ

CONTACT PRESSE

press-fr@fashiondata.io
+33 7 56 86 75 91