



Sur le chemin de la réussite financière et de la supply chain chez Helly Hansen

Une entreprise de vêtements de plein air établit un lien entre la planification des finances et de la supply chain pour une analyse et une prise de décision plus rapides et plus précises

Témoignage client

SOLUTIONS : FINANCES, SUPPLY CHAIN

SECTEUR : BIENS DE CONSOMMATION ET VENTE AU DÉTAIL

PARTENAIRE : VUEALTA



Helly Hansen développe des vêtements de qualité professionnelle qui aident les gens à rester et à se sentir en vie. Le back-office de l'entreprise est également dédié à la haute performance, mais des processus financiers et opérationnels déconnectés ont parfois freiné sa réussite. En réinventant les processus et en appliquant la plateforme Anaplan, Helly Hansen a automatisé la collecte périodique de données, réduit les cycles budgétaires et prévisionnels, et connecté les équipes. Le résultat : un environnement de planification d'entreprise intégré qui permet la Planification Connectée.

50 %
de temps en moins consacré au téléchargement, au calcul et au chargement des données budgétaires

Fusion
automatisée des enregistrements pour la planification saisonnière

Anaplan

Depuis plus de 140 ans, Helly Hansen crée des équipements de plein air pour les marins, les skieurs, les grimpeurs et les travailleurs à l'échelle internationale. L'entreprise souhaitait des opérations de financement et de supply chain de niveau international, mais la fragmentation freinait ces équipes. « Les processus que nous avions n'étaient pas totalement connectés », se souvient Eli Molteberg Ensrud, Vice-présidente de la planification, des finances et des opérations. En conséquence, la budgétisation annuelle durait de trois à quatre mois et le processus d'estimation ne pouvait être effectué qu'à des intervalles spécifiques. Les équipes d'achats manquaient de prévisions en temps opportun, de sorte que les achats excédentaires (entraînant des excédents de stock et des problèmes de gestion de trésorerie) étaient des risques apparents.

Face à ces problèmes, Helly Hansen a lancé un projet de planification intégrée des activités (IBP). En se basant sur les meilleures pratiques et les connaissances des équipes de Helly Hansen, l'entreprise a recherché la technologie la plus adaptée à ses besoins. Une exigence clé était l'intégration au système de business intelligence (BI) existant, y compris ses rapports, ses sources de données et ses structures de données de base.

Après avoir eu connaissance de l'existence de la plateforme Anaplan, Mme Ensrud a contacté le partenaire Gold d'Anaplan Vuelta. Carl-Fredrik Surtevall de Vuelta a travaillé avec l'équipe de Helly Hansen afin de créer des modèles et des interfaces pour les fonctions financières, commerciales, de produits, de vente au détail et d'approvisionnement. Cela a conduit Helly Hansen dans le monde de la Planification Connectée. « Ce projet n'aurait pas pu être réalisé sans Carl-Fredrik et Vuelta », déclare Mme Ensrud. « Ils comprennent notre métier et se concentrent sur la convivialité de la solution. »

Quelques mois après le déploiement, les avantages de la plateforme Anaplan étaient mesurables :

- Le temps consacré au téléchargement, au calcul et au chargement des données budgétaires a été réduit de moitié
- La combinaison de documents pour des nouvelles prévisions saisonnières est automatique ; avant Anaplan, cette opération était systématiquement réalisée à partir de zéro

La nouvelle plateforme combine la définition d'objectifs financiers, la prévision de la demande, la planification des



stocks et d'autres processus clés qui aident à orienter Helly Hansen vers des objectifs clairement définis et convenus. Le cadre de planification de Helly Hansen est construit sur un horizon de trois ans, de sorte que diverses fonctions ont la possibilité de créer leurs plans triennaux respectifs. Étant donné que les plans ascendants et descendants sont créés sur la même plateforme, les planificateurs peuvent détecter conjointement les écarts et les changements saisonniers, et ajuster dynamiquement les paramètres. « Nous pouvons faire progresser l'entreprise au lieu d'essayer de découvrir ce qu'elle fait », résume Mme Ensrud.

Dans la mesure où la plateforme Anaplan automatise la collecte et la consolidation des données avec les systèmes existants de l'entreprise, l'équipe financière passe moins de temps à rechercher des données et plus de temps à les analyser. « Nous avons les informations devant les yeux lorsque nous réalisons notre planification », explique Mme Ensrud. “

Bien que l'équipe de Helly Hansen connaisse des débuts prometteurs avec Anaplan, elle cherche également des solutions sur le long terme. D'après Mme Ensrud, la voie à suivre comprend la planification des ambitions de produits et de catégories en fonction de l'orientation stratégique globale et des initiatives de croissance. « Les équipes sont favorables à Anaplan », conclut-elle. « Nous pouvons voir que le système porte ses fruits. »



Nous avons réduit de moitié le temps nécessaire pour télécharger et charger les données, et calculer notre budget ».

– Eli Molteberg Ensrud, Vice-présidente de la planification, des finances et des opérations

A propos d'Anaplan

Anaplan, Inc. (NYSE : PLAN) est une entreprise SaaS qui aide les entreprises mondiales à orchestrer leurs performances opérationnelles. Les leaders de tous les secteurs d'activité s'appuient sur notre plateforme, alimentée par notre technologie exclusive Hyperblock®, pour connecter les équipes, les systèmes et les connaissances de leurs organisations afin de s'adapter en permanence aux changements, de transformer leur mode de fonctionnement et de réinventer la création de valeur. Basée à San Francisco, Anaplan compte plus de 20 bureaux dans le monde, 175 partenaires et plus de 1 500 clients.

Pour en savoir plus, visitez le site anaplan.com