

# BREAL / Groupe Beaumanoir

Fashion / Retail / Achat / Conduite du Changement / Supply Chain / Marketing



## Le Contexte

Bréal est une des marques du groupe textile Beaumanoir, visant une clientèle féminine sur un positionnement moyen de gamme avec 339 magasins en France et 4 magasins à l'international.



## Le Besoin

La marque nous a demandé de l'accompagner dans l'optimisation de l'offre produits (construction, largeur, profondeur, vitesse...) et le cycle de collection ainsi que les processus, les pratiques et l'organisation de la marque.

Dans le même temps, le challenge à relever était de faire converger les métiers (Achats, Style, Marketing, Supply chain...)



## La Solution Aliznet

L'approche d'Aliznet s'est appuyée sur la redéfinition de la vision du dirigeant, de l'ADN de la marque, de la convergence du Comex (séminaire) puis des équipes (ateliers transverses) en quatre phases:

1. Diagnostic et partage
2. Définition de la cible métier : vision, enjeux
3. Refonte des processus (construction de collection, développement...), pratiques (style, actua, réassort...), de l'organisation et de la gouvernance
4. Mise en œuvre et accompagnement du changement



## Les Résultats

La démarche employée a débouché sur quatre grands axes :

1. La refonte de l'offre
2. La refonte du processus de construction de collection
3. L'accélération de la vitesse des collections
4. La convergence des services (style, achats, marketing, merchandising, supply...)