

LE SECRET D'UNE FABRICATION COHÉRENTE :



ÉCRIT PAR :
COURTNEY O'KEEFE,
FONDATRICE DE
COURTNEY O'KEEFE
CONSULTING

Un client heureux est un client qui revient. Comment garantir que votre produit soit parfaitement identique d'un mois à l'autre et d'un magasin à l'autre ?

LE PROBLÈME

Voici l'histoire d'une consommatrice qui a une marque préférée et un vêtement fétiche qu'elle adore et privilégie depuis des années. Malheureusement, son modèle actuel, qui lui a procuré tant de confort et de satisfaction, est usé et il est temps de le remplacer.

Elle commence à chercher un article de remplacement, en se disant que la chose devrait être simple. Elle décide dans un premier temps d'effectuer une commande en ligne. Elle reçoit sa commande, mais quelque chose lui semble bizarre. C'était la même marque, le même style d'après la description, et le même nom de couleur, mais au final, ce n'est pas le même article. Elle n'arrive pas tout de suite à comprendre pourquoi.

Elle réfléchit longuement à l'endroit où elle avait acheté l'article d'origine. Elle retourne dans la boutique en question et y trouve un rayon plein d'articles qui ressemblent à l'ancien comme deux gouttes d'eau, pourtant, quelque chose lui semble toujours bizarre. Qu'est-il donc arrivé à son ancien article préféré ? Il a l'air différent. Il n'a pas exactement la même forme. Il a subi quelques modifications, qui à ses yeux n'ont aucun intérêt.

En regardant l'étiquette, elle s'aperçoit que le même produit est fabriqué dans différents pays. Elle passe un moment à se demander si la qualité de fabrication est meilleure dans un pays que dans un autre. Elle se met à former des théories sur la raison pour laquelle la qualité varierait d'un pays à l'autre, partant du principe que l'étiquette indiquant l'origine de fabrication est la clé pour résoudre le mystère auquel elle est confrontée.

Elle se demande pourquoi une marque a besoin d'acheter des produits à tant d'endroits différents. Et pourquoi sa marque préférée a besoin de lui compliquer la vie. Elle s'attend à ce que sa marque préférée reste sa marque préférée, parce que c'est elle qui, à l'origine, a créé son vêtement préféré. Elle comprenait ses besoins avant. Comment peut-elle la laisser tomber comme ça ? Tout ce qu'elle veut, c'est retrouver un article qui correspond parfaitement à ses goûts.

Elle commence à s'intéresser à l'actualité et à réfléchir à l'incertitude qui règne dans beaucoup des pays d'où provient maintenant son vêtement préféré. Elle lit des choses sur des représailles tarifaires dans un pays, des troubles civils dans d'autres, des phénomènes climatiques et des conditions de travail épouvantables dans d'autres encore.

Elle se demande comment sa marque préférée opère dans ce monde de fous pour continuer à approvisionner les boutiques avec son vêtement préféré.

Elle se demande pourquoi ils ne peuvent pas simplement le cloner et continuer à le fabriquer exclusivement pour elle. À cette époque où la technologie est reine, cela n'est-il vraiment pas possible ?

Elle est déterminée à trouver des réponses.

Elle ne laissera pas tomber ! Un jour, elle parle de son problème à des amies. Celles-ci lui racontent des histoires similaires qu'elles ont elles-mêmes vécues et commencent à l'aider à trouver des réponses.

Très vite, elles apprennent que le pays d'origine indiqué sur l'étiquette est seulement celui où le vêtement a été assemblé. Cela n'a rien à voir avec l'endroit d'où proviennent les matières premières.

Notre consommatrice découvre aussi que des caractéristiques spécifiques sont établies pour son vêtement préféré, et que les mêmes caractéristiques sont fournies à chaque pays.

Alors pourquoi les articles finaux ne sont-ils pas identiques ?

Elle pense à la recette de son plat préféré, et c'est là qu'elle commence à comprendre. Même si elle suit la recette à la lettre, la qualité des ingrédients qu'elle utilise peut considérablement affecter le goût du plat.

Elle s'interroge donc sur l'origine des composants de son vêtement préféré. Mais impossible de savoir. Elle écrit au service client de la marque et on lui répond qu'on ne peut pas l'aider, que cette information n'est pas disponible. Comment se peut-il que cette information ne soit pas disponible ?

Elle regarde de nouveau l'étiquette de son vêtement préféré et s'aperçoit qu'elle n'indique qu'une seule matière : « 100 % coton ». Alors, qu'y a-t-il de si compliqué ? Tous les cotons ne sont-ils pas identiques ?

LA SOLUTION (DES MARQUES CONSCIENCIEUSES)

Si notre consommatrice avait interrogé le responsable des achats d'une marque plus consciencieuse, elle se serait aperçue que « le secret est simple ».

Les marques consciencieuses s'attachent aux plus infimes dénominateurs communs qui contribuent le plus à l'aspect global du produit et les standardisent afin d'en garantir la traçabilité.

Les marques les plus sérieuses font très attention à l'origine et à la qualité des matières premières qu'elles utilisent. Elles savent que les différents modes de fabrication sont très loin d'être égaux. Elles savent également que même si un article est fabriqué en « 100 % coton », les pratiques agricoles sont très différentes aux quatre coins du monde.

Le tissu représente à lui seul 60 à 70 % de la valeur d'un vêtement. C'est un aspect auquel il est essentiel de consacrer du temps et des efforts pour standardiser un produit. C'est celui qui a le plus fort impact sur l'homogénéité des articles. En réduisant la variabilité dans ce domaine, on réduit considérablement les différences au niveau du produit fini.

Le partenaire idéal en vue d'assurer l'homogénéité de vos produits est un grand fournisseur intégré verticalement qui file, tricote, teint et assure la finition de votre tissu et est capable de l'expédier partout dans le monde. Les partenaires de ce type ont des critères internes bien établis, reproductibles et respectés pour assurer une fabrication homogène, notamment concernant l'origine de leurs intrants.

Beaucoup d'entre eux incluent dans ces critères l'utilisation de coton américain. Ils sont convaincus que le coton américain est cultivé selon les normes les plus strictes au monde dans le cadre d'une agriculture de précision. L'USDA possède par ailleurs le système de classification le plus sophistiqué qui soit eu égard à la qualité de la fibre de coton cultivée d'une cotonnerie à une autre. C'est un système auquel ils peuvent se fier.

En utilisant du coton américain et en confiant la création de leur tissu à un partenaire intégré verticalement qui le file, le tricote et le teint en employant systématiquement les mêmes machines et les mêmes intrants, les marques consciencieuses peuvent se permettre d'expédier ce tissu dans différents pays en vue de son assemblage. Ce degré de contrôle garantit que les articles vendus dans la boutique préférée de notre consommatrice lui offriront le même aspect, la même sensation au toucher et la même durabilité que son ancien vêtement fétiche malgré leurs multiples pays d'origine.

L'histoire ci-dessus est basée sur une expérience réelle.

À PROPOS DE L'AUTEUR

Courtney OKeefe, fondatrice de Courtney OKeefe Consulting, est une experte chevronnée du secteur du textile et du vêtement, spécialiste de la gestion de produits, de l'approvisionnement mondial et des opérations logistiques. Son expertise s'étend à tous les types de vêtements et à des bases d'approvisionnement réparties dans plus de 45 pays. Courtney a travaillé avec plus de 20 marques de renommée mondiale, d'abord en interne et maintenant depuis son propre cabinet de conseil. Si vous souhaitez en savoir plus, rendez-vous sur <https://www.courtneyokeefeconsulting.com>