RAHASIA KONSISTENSI EKSEKUSI PRODUK:

OLEH: COURTNEY OKEEFE,
PENDIRI COURTNEY OKEEFE CONSULTING

Seorang konsumen yang senang adalah konsumen yang berbelanja lagi. Bagaimana Anda memastikan produk Anda terlihat sama di semua toko dari waktu ke waktu?

MASALAH KONSUMEN

Dia mempunyai satu merek favorit dan gaya klasik favorit yang dia sukai dan dia andalkan. Sayangnya, dia sudah terlalu sering memakainya dan kini saatnya menggantikan gaya favorit yang telah memberinya kenyamanan dan kepuasan selama bertahun-tahun dengan yang baru.

Dia mulai mencari penggantinya dan menyangka hal tersebut mudah. Dia mencoba berbelanja online. Dia kemudian menerima pesanananya, tetapi sepertinya ada yang salah. Dia tahu pesanananya dari merek, gaya, dan warna yang sama, namun begitu tiba, pesanannya tidak sama. Dia tidak dapat langsung memahami alasannnya.

Dia berpikir keras tentang bagaimana jika dia langsung pergi saja ke toko favoritnya. Dia pergi ke sana dan menemukan meja dengan tumpukan barang yang tampak mirip dengan pesanannya, namun tetap saja sepertinya ada yang salah. Apa yang terjadi dengan toko favorit lamanya? Terasa berbeda. Bentuknya berbeda. Ada beberapa modifikasi yang menurutnya tidak menambah nilai toko tersebut.

Dia melihat label dan melihat produk-produk tersebut diproduksi di banyak negara asal. Dia menghabiskan waktu menduga-duga apakah produk buatan suatu negara kualitasnya berbeda satu sama lain. Dia mulai menciptakan teori mengapa kualitas produk bikinan suatu negara berbeda dengan negara lainnya, menduga label asal negara memberikan petunjuk untuk memecahkan misteri tersebut.

Dia penasaran mengapa sebuah merek perlu membeli produk dari berbagai lokasi yang berbeda? Mengapa merek-merek favoritnya harus menjadikan semuanya rumit? Dia mengharapkan merek favoritnya tetap menjadi merek favoritnya karena merek tersebut telah menciptakan produk favorit pertamanya. Merek tersebut dahulu memahami kebutuhannya. Bagaimana bisa mereka mengecewakannya seperti ini? Yang dia pedulikan adalah menemukan barang tepat yang dia sukai.

Dia mulai memperhatikan berita dan memikirkan tentang ketidakpastian di banyak negara yang kini memproduksi gaya favoritnya. Dia membaca berita-berita seperti tarif balasan di suatu negara, kericuhan di negara lainnya, pola cuaca dan kondisi kerja yang mengerikan di negara lain.

Dia mulai menerka bagaimana merek favoritnya menghadapi dunia yang gila ini untuk terus memastikan gaya favoritnya ada dijual di toko-toko.

Dia penasaran mengapa mereka tidak dapat mengkloning gaya favoritnya dan terus

memproduksinya secara eksklusif untuknya. Mengapa hal ini tidak bisa terjadi di era teknologi canggih seperti ini?

Dia bertekad menemukan jawabannya!

Dia belum mau menyerah. Dia menyinggung masalah ini dalam obrolan dengan teman-temannya. Mereka pun berbagi kisah yang mirip dan mulai menolongnya menemukan petunjuk-petunjuk alasan mengapa hal tersebut terjadi..

Dengan cepat, mereka mempelajari bahwa negara asal di label hanya menginformasikan negara tempat gaya tersebut diproduksi. Itu tidak ada hubungannya dengan tempat bahan mentahnya berasal.

Dia mempelajari bahwa spesifikasi diberikan untuk gaya favoritnya dan tiap negara diberikan spesifikasi yang sama.

Dia terus penasaran, mengapa mereka tidak sama?

Dia berpikir tentang resep makanan favoritnya dan dia pun mulai mengerti. Dia dapat mengikuti resep dengan teliti, tetapi kualitas bahan-bahannya dapat secara drastis mempengaruhi cita rasa akhir dari makanannya.

Dia penasaran dari mana bahan-bahan gaya favoritnya berasal. Dia tidak dapat menemukan jawabannya. Dia menulis surat kepada layanan pelanggan mereknya dan mereka bilang tidak dapat membantunya. Informasi tersebut tidak ada. Bagaimana bisa informasi tersebut tidak ada?

Dia membaca label di gaya favoritnya sekali lagi dan hanya melihat satu bahan: 100% katun kapas. Mengapa semuanya begitu kompleks? Bukankan semua kapas sama?

SOLUSI MEREK YANG BIJAK

Jika dia bertanya kepada orang-orang bagian penyediaan bahan di sebuah merek yang bijak, dia akan menemukan bahwa “rahasianya sederhana”.

Merek-merek yang bijak berfokus pada hal terkecil yang berkontribusi paling banyak pada keseluruhan tampilan produk dan menstandardisasinya dan memastikannya dapat terlacak.

Merek-merek yang terbaik sangat peduli untuk mengetahui asal dan kualitas dari semua bahan mentahnya. Mereka memahami bahwa tidak semua manufaktur itu sama. Mereka juga paham bahwa walaupun produknya 100% katun kapas, praktik-praktik pertanian global tidaklah sama.

Nilai kain kira-kira 60-70% dari nilai gaya itu sendiri. Oleh karena itu, adalah sangat baik untuk menginvestasikan waktu dan energi untuk menstandardisasi produk mereka. Hal tersebut memiliki dampak tertinggi dalam memastikan konsistensi. Mengurangi variabilitas dalam area ini akan secara drastis meminimalisasi variasi dari produk final.

Mitra terbaik dari konsistensi produk adalah penyuplai besar yang terintegrasi vertikal, melakukan proses pemintalan, proses perajutan, proses pewarnaan, dan proses finishing kain Anda, serta dapat memasarkannya secara global. Mereka memiliki ukuran-ukuran internal untuk konsistensi yang dapat digandakan dan dipertahankan, termasuk asal dari bahan-bahannya.

Banyak yang memberikan spesifikasi penggunaan kapas AS dalam produknya. Mereka merasa

bahwa kapas yang ditanam di Amerika Serikat ditanam dengan standar-standar tertinggi di dunia menggunakan pertanian yang presisi. Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA) juga memiliki sistem klasifikasi paling canggih kualitas serat kapas yang ditanam di ladang pertanian. Itulah sistem yang dapat mereka percayai.

Dimulai dengan kapas AS dan menciptakan kain dengan mitra terintegrasi vertikal yang akan melakukan manufaktur bahan-bahan, melakukan proses pemintalan, perajutan, dan pewarnaan menggunakan mesin-mesin yang sama memudahkan merek-merek bijak mengirimkan kain-kain mereka ke berbagai negara untuk dipakai. Tingkatan kontrol seperti ini memberikan kepastian terbaik bahwa produk yang ditumpuk tinggi di toko favorit konsumen, dari berbagai negara asal, akan terlihat, terasa, dan bertahan lama seperti produk gaya favoritnya yang lama.

Kisah di atas berdasarkan pengalaman nyata.

TENTANG PENULIS

Courtney OKeefe, Pendiri Courtney OKeefe Consulting, adalah veteran industri tekstil dan garmen yang mendukung merek-merek gaya hidup global dengan keahliannya dalam bidang manajemen produk, penyediaan bahan global, dan operasi rantai suplai. Skop keahliannya mencakup semua kategori garmen, dari dasar penyediaan bahan di lebih dari 45 negara. Courtney telah bekerja dengan lebih dari 20 merek kelas dunia, baik secara langsung maupun melalui praktiknya sebagai konsultan. Anda dapat membaca lebih banyak tentangnya di https://www.courtneyokeefeconsulting.com.