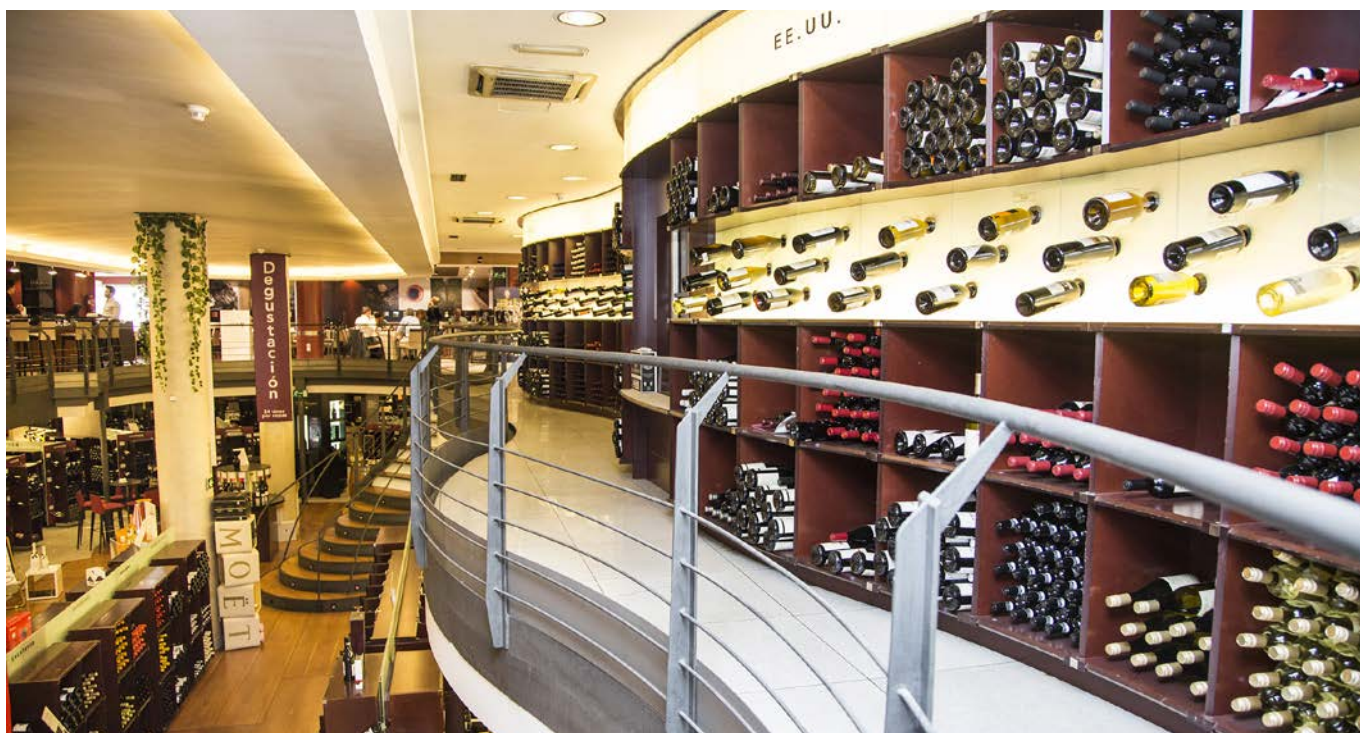




ÉXITO DE UN PROYECTO QUE ES PUNTO DE ENCUENTRO DE LOS AMANTES DEL VINO

LAVINIA: de romper moldes en el sector del vino a su transformación digital


LAVINIA 

Thierry Servant creó LAVINIA en 1999 para superar el modelo tradicional de enoteca, abordando el tratamiento del vino desde una perspectiva cultural. Nacido en París, su amor por España surgió a mediados de los 70, trabajando como cooperante en la embajada francesa. Tras una década presidiendo L'Oréal España, quiso reinventarse y, junto con su amigo Pascal Chevrot, abrió la primera tienda de LAVINIA en Madrid. La andadura internacional de la compañía arrancó en 2002, con la apertura de una sede en París.

LAVINIA es un punto de encuentro privilegiado para los amantes del vino. Una plataforma en la que pueden compartir su pasión,

recibir el consejo experto de sus sumilleres y enólogos y encontrar una cuidada selección de destilados de todo el mundo, con una decidida apuesta por las regiones emergentes y la viticultura sostenible, y de accesorios.

Actualmente, LAVINIA tiene sedes en España, Francia y Suiza. Además, cuenta con espacios en diferentes aeropuertos, una tienda online y dos canales especializados. El crecimiento de la compañía evidenció la necesidad de dejar atrás unas herramientas cada vez más obsoletas e inestables y avanzar hacia una unificación de sistemas y datos, comerciales y de gestión.

Hacia una gestión más ágil de la información
 Desde 2002, LAVINIA administraba su ne-

gocio con Axapta, pero el crecimiento de su volumen de facturación y la necesidad de agilizar la información, mejorar la eficiencia de los procesos y culminar su digitalización los llevó a tomar la decisión de buscar una solución digital de gestión empresarial que cubriera todas sus necesidades, actuales y futuras.

La prioridad era encontrar una herramienta que se adaptara a los requisitos de una pyme internacional en presupuesto y forma y que fuera sólida digitalmente, pero lo suficientemente flexible para actuar como motor del Grupo acompañándole a medida que crecía.

En 2017, los directivos de LAVINIA vieron que la única opción que cumplía sus requisitos era Sage X3. A partir de entonces, Sage, la empresa líder mundial en soluciones de gestión en la nube, ha formado parte del viaje hacia la digitalización del Grupo, proporcionándole una plataforma totalmente ajustada a sus planes de desarrollo internacional y basada, sobre todo, en el arranque de actividades de TOL en otros países.

En 2017, los directivos de LAVINIA vieron que la única opción que cumplía sus requisitos era Sage X3

Una plataforma unificada para todas las áreas del negocio

Gracias a la nueva herramienta, el área de compras puede crear el mismo patrón de pedidos, con una gestión de entregas y ubicaciones verificada y una trazabilidad que nace ya con la ejecución del pedido. Esto permite cerrar el flujo financiero, logístico y contable, mejorando el control y la agilidad de todo el proceso, reduciendo y optimizando la cadena de suministro y supervisando en todo momento el presupuesto, siempre en colaboración con el área de finanzas.

Asimismo, el departamento de ventas ha visto cómo la integración de los nuevos TPV y web basada en Magento con la solución mejora significativamente la fluidez de la información y de las gestiones administrativas.

Y el departamento de Finanzas cuenta con herramientas avanzadas que mejoran la calidad

de los datos. A nivel contable, la trazabilidad entre los módulos de compras, ventas, gastos y control presupuestario les permite ofrecer información fiel a todos los intermediarios y reducir tiempos. Además, el control de pagos se ve incrementado, reduciendo el tiempo necesario para la gestión financiera.

En definitiva, LAVINIA proporciona el mismo entorno de gestión a todo el Grupo, independientemente de la ubicación, para aprovechar sinergias y tener la información en el mismo formato, ofreciendo a los directivos de las diferentes unidades de negocio la posibilidad de acceder a ella de una forma confidencial, rápida y medible. Igualmente, su Dirección General y sus accionistas tienen una visión consolidada de la actividad en tiempo real.

Beneficios tanto para los trabajadores como para los clientes

La nueva solución digital de gestión empresarial es una herramienta versátil que mejora la calidad del trabajo en equipo entre los diferentes departamentos. Al ser compartida, los usuarios pueden comparar y encontrar soluciones rápidamente y la transmisión de procedimientos también es mucho más sencilla, ya que pueden ponerse en común y mejorarse.

Operativamente, además, durante la pandemia por la COVID-19, la conectividad que proporciona tal herramienta de gestión online ha sido clave para permitir el trabajo remoto con las mismas facilidades y rendimientos. Además, Sage dispone de mucha documentación en redes que, sumada a la propia ayuda del sistema y a las sinergias del resto de usuarios, ha favorecido el autoaprendizaje de los equipos y ha permitido mejorar los procesos, la calidad de la información y los tiempos de trabajo.

Y, en lo que respecta a la actividad, la transcripción financiera y comercial de la información es más ágil. Ahora, LAVINIA puede explotar totalmente el potencial de su tienda electrónica basada en Magento y la interacción de la plataforma con las áreas logística y financiera ha reducido el tiempo de gestión. Un tiempo que se ha trasladado a los clientes, logrando que sus pedidos lleguen en plazo y con la información correcta. El nuevo sistema de gestión también ha mejorado la integración con los operadores logísticos y la transcripción de las características de los productos, desde el área de producto hasta la comercial bajo el mismo motor. ■

MEJORA CONTINUA DE LOS PROCESOS

LAVINIA aspira a ser un Gran Reserva y ello pasa por mejorar continuamente los procesos. Así, en julio coronó su digitalización con la salida de su web basada en Magento que, combinada con la nueva solución digital de gestión empresarial, da forma a un área comercial referente.

A partir de aquí, el Grupo continuará con su expansión internacional basada en la creación de páginas web. "Para ello, queremos potenciar determinadas áreas y optimizar procesos y procedimientos para que nuestro personal pueda centrarse en lo que verdaderamente importa, el soporte a la actividad comercial. La digitalización es la palanca que nos permitirá conseguirlo y una herramienta rápida y flexible como esta será un activo fundamental," afirma David Núñez, CFO del Grupo Lavinia.

"El viaje hacia la transformación digital no acabará nunca. Nuestra meta es continuar con la oferta tradicional del sector del vino sin descuidar todo lo que el mundo digital nos ofrece para poder trasladar de la forma más eficiente posible nuestros servicios y la calidad de nuestro producto a los clientes, sin importar donde se encuentren", concluyen desde LAVINIA.

LAVINIA nació con la misión de revolucionar el mundo del vino, ofreciendo a sus clientes esa experiencia completa, llena de matices y aromas, que se merecen. Saben que apostando por la digitalización van en la dirección correcta.