

Wie man Produktdaten zentral hält und flexibel publiziert



Die ESA suchte eine flexible Plattform, um den Ansprüchen hinsichtlich Verfügbarkeit und Relevanz von Produktdaten für unterschiedliche Zielgruppen gerecht zu werden.

ESA⁺

master your content



„censhare erfüllt die sehr breit angelegten Anforderungen. Auch im täglichen Betrieb überzeugt uns das System und wir arbeiten gerne damit.“

Heinz Rolli, Leiter IT-Entwicklung, ESA

Erfolg mit langfristigen Zielen

Der Entwicklungsprozess des ESA-Projekts ermöglichte censhare, zugleich die Fähigkeiten seiner Plattform zu verbessern und so auch für andere Kunden verfügbar zu machen.

Mit dem ganzheitlichen Denkansatz und den daraus resultierenden Anforderungen entstanden schrittweise neue Nutzungsaspekte, die, trotz einer zentralen und integrativen Sicht, eine grosse Flexibilität wie auch langfristiges Entwicklungspotential garantieren.

Mit dem Plattformkonzept von censhare können jederzeit zusätzliche Nutzungsbereiche erschlossen werden, die die Systemleistung und somit auch den Systemnutzen weiter steigern.

„Mit der Integration von censhare haben wir insgesamt deutlich schnellere, einfachere und flexiblere Prozesse für die Datenführung und -distribution erzielt.“

Christine Wälchli, Business Analyst bei ESA

Auf einen Blick

Branche

Handel (B2B)

Produkte

- Digital Asset Management
- Product Information Management
- Headless Content Management

Unternehmen

ESA, gegründet im Jahr 1930, ist die führende, genossenschaftliche Einkaufsorganisation des Schweizerischen Auto- und Motorfahrzeuggewerbes. Mit dem zentralen Einkauf, der Herstellung und dem Vertrieb aller im Auto- und Motorfahrzeuggewerbe benötigten Artikel und Dienstleistungen tragen sie einen großen Teil zum Erfolg ihrer Mitinhaber/Genossenschafter bei.

Unternehmensanforderung

Die ESA musste ihr Product- und Content Management-System aktualisieren, um die Nutzung und Vollständigkeit von Produktinformationen zu verbessern und die relevanten Ausleitungen – z.B. an eCommerce-Lösungen – sicherzustellen.

Herausforderung im dynamischen Marktumfeld

Die ESA ist die führende Einkaufsorganisation des Schweizer Auto- und Motorfahrzeuggewerbes. Das genossenschaftlich organisierte Unternehmen gehört seit 90 Jahren den eigentlichen Kunden und somit 7.000 Mitinhabern.

Gerade dieser Umstand, dass der Kunde letztlich auch Besitzer der ESA ist, verlangt eine überzeugende Kundennähe und optimale Wirtschaftlichkeit.

Jahrelange Kompetenz besser vermitteln

Im umkämpften Kraftfahrzeughandel verfügt die ESA mit ihren 90 Jahren Erfahrung über ein enorm breites Wissen hinsichtlich technischer und organisatorischer Produkt- und Serviceanforderungen ihrer Betriebe.

Dieses Wissen, welches unter anderem in Form von über 500.000 Produktdaten diverser Verbrauchsgüter existiert, gilt es, auch in einem zunehmend digitalen Umfeld zu sichern und auszubauen. Um den Anforderungen dieses veränderten Marktes standzuhalten, ist eine entsprechend anpassungsfähige Soft- und Hardwareinfrastruktur für das Unternehmen entscheidend.

Gleichzeitige Ablösung von PIM und ERP

Das bisherige Product Information Management (PIM)-System war schwerfällig und basierte auf einer veralteten Technologie. Gleichzeitig mit der anstehenden PIM-Migration sollte auch das ERP-System als zentraler Datenlieferant abgelöst werden.

Für Heinz Rolli, Leiter IT-Entwicklung, stellte die gleichzeitige Ablösung zweier Systeme eine große Herausforderung dar. Durch eine umsichtige Planung und ein ineinandergreifendes Projektmanagement konnte diese jedoch gut gemeistert werden.

Umfangreiche Anforderungen an bestehende und neue Touchpoints

Mit dem neuen PIM wollte die ESA bei der Ausleitung der Daten in die verschiedenen Kanäle und Touchpoints beweglicher werden. So sollten unter anderem diverse Online Shops angebunden und Materialien wie Inhouse-erstellte Flyer einfacher und schneller produziert werden.

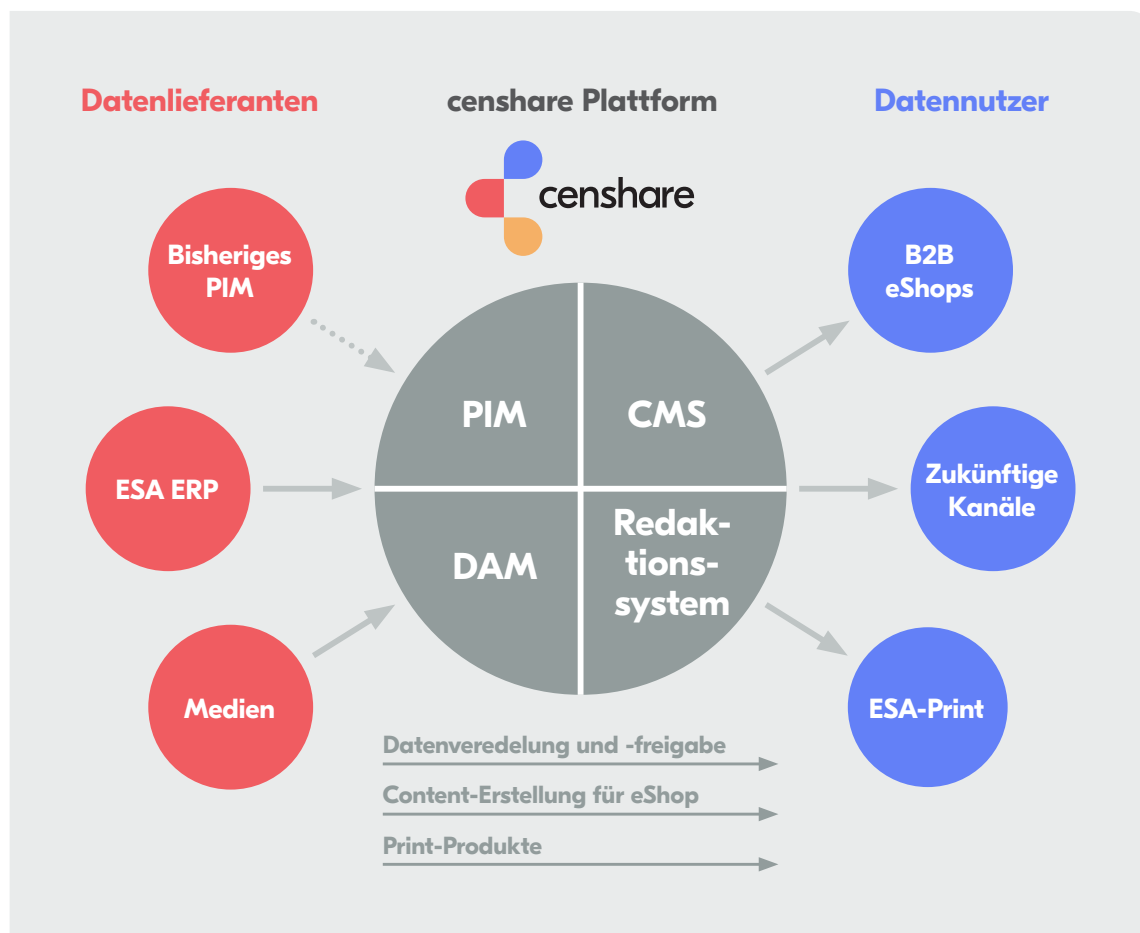
Dies hatte zur Folge, dass für die Verwaltung des Content Einzelsysteme ersetzt und die Erstellung, Bearbeitung und Freigabe von Content in einem zentralen Prozess innerhalb des Digital Asset Managements (DAM) abgebildet werden sollte.

Integrierte Anforderungen aus interdisziplinärer Sicht

Innerhalb eines Unternehmens besteht in verschiedenen Bereichen der Bedarf, Daten in einem integrierten Kontext editieren und publizieren zu können. So werden sowohl die Mitarbeiter in der Administration und im Produkt-Management als auch in Verkauf und Marketing gleichzeitig zu Content-Erstellern und -Nutzern.

Auch für Christine Wälchli, Business Analyst bei ESA, war es zentral, dass das zukünftige PIM die Datenhaltung und -verwaltung sowie die damit verbundenen Prozesse aus einer bereichsübergreifenden Sicht abbilden kann.

Die untenstehende Abbildung zeigt vereinfacht die Systemlösung mit Content-Erstellern und -Nutzern sowie den zugehörigen Prozessen, die unter anderem in Form von Workflows eine solche Integration ermöglichen.



Projekteergebnisse



500.000+
Artikel



5+
Online-Shops



7.000
B2B-Kunden



80
Flyer pro Jahr

Erfolg für das Team

Die Anforderungen an die Systemlösung wurden in diversen Workshops erarbeitet. Die Benutzer konnten sich aktiv einbringen und neue Ideen und Funktionen vorschlagen.

So konnten die jeweiligen Bedürfnisse der Nutzer im Konzept und in den User Stories mitberücksichtigt werden. Dies wiederum gab der ESA Investitionssicherheit für das Gesamtprojekt, da am Ende der Konzeptphase bereits das Commitment aller Beteiligten vorhanden war.

Nach der Konzeptphase wurde das Projekt zügig umgesetzt. Die involvierten Verantwortlichen profitierten von einem durchgängigen Engagement der ESA Mitarbeiter und den censhare Fachbereichen Projektleitung, Requirement Engineering und Solution Development.

Einer der tragenden Schlüsselfaktoren für den Projekterfolg und die Akzeptanz der neuen Lösung war sicher das frühe Einbeziehen der Benutzer.

Anforderungen von ESA an die censhare Plattform

Zentrale Strukturierung der Produktdaten

- gewährleistet Datenqualität für unterschiedliche Ausleitungen
- zentraler Zugriff für Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen

Integrierte Lösung für die Anreicherung von Produktdaten mit Text, Bildern, Videos usw.

- Verknüpfungslogik zwischen Asset-Typen
- Automatismen über Verknüpfungsprozesse

Verbesserte Benutzerakzeptanz

- zentrales, benutzerfreundliches User Interface
- Erweiterungsmöglichkeiten im gleichen UI

Automatisierung wiederkehrender Aufgaben

- Entlastung von wiederkehrenden Aufgaben
- Effizienz durch automatisierte Prozesse

Standardisierte Schnittstellen

- standardisierte Schnittstellen (z.B. zu ERP, eCommerce)
- Datenhub für alle Ausleitungs-Szenarien (on- und offline)

Über
censhare

Mit unserer bewährten Omnichannel Content Plattform beherrschen Sie Ihren Content in jeder Sprache, lokal oder global, und bieten Ihren Kunden konsistente Erlebnisse auf allen Kanälen.

Unternehmen wie Allianz, Lands' End, Dyson, Christie's und hunderte mehr verlassen sich auf censhare für markenkonformen, stets aktuellen Content und nutzen so jede Chance, die richtigen Kunden zur richtigen Zeit zu erreichen.

master your content

Copyright © 2021 censhare

Alle Rechte vorbehalten. censhare und sonstige Warenzeichen sind Warenzeichen der censhare GmbH oder ihrer Tochtergesellschaften. Sonstige Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Diese Case Study dient ausschließlich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieser Case Study waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. censhare übernimmt für diese Case Study keine Gewährleistung – weder ausdrücklich noch impliziert.

www.censhare.com