

Smarter
Einzelhandel?
Der Teufel
steckt im
Detail.



Dieses Kaufhaus
bietet seinen Mit-
arbeitern dank
censhare ein
Arbeitserlebnis
mit einer besseren
Vernetzung.



„censhare ist weit mehr als nur ein DAM.
Es steuert die Produktion für all unsere
digitalen und Printprozesse.“

Leitende Programmmanagerin, großer US-amerikanischer Einzelhändler

Dieser 90 Jahre alte Kaufhauskonzern hat sich für ein Programm aus Prozeßautomatisierung und Personalisierung entschieden.

Auf einen Blick

Branche

Einzelhandel

Produkte

- Digital Asset Management
- Product Information Management
- Content Management

Unternehmensanforderungen

Ein großer US-amerikanischer Einzelhändler wollte seine Marketingprozesse effizienter gestalten, damit seine Mitarbeiter mehr erreichen und seine Kunden eine stärker personalisierte und relevantere Kommunikation erleben können.

90 Jahre Erfolg im Einzelhandel

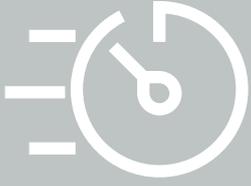
Seit der Einführung des Internets mussten sich die klassischen Einzelhändler radikal an die sich ändernden Kaufgewohnheiten der Menschen anpassen. Wir haben uns mit einer leitenden Programmmanagerin (PM) eines großen Kaufhauses in den USA unterhalten, um herauszufinden, wie.

Das Unternehmen wurde vor mehr als 90 Jahren, ursprünglich als Lebensmittelgeschäft am Eck, gegründet. Mittlerweile verfügt es über mehr als 1.100 Kaufhäuser in 49 Bundesstaaten, beschäftigt mehr als 140.000 Mitarbeiter und verkauft alles, von Schuhen bis hin zu Duschvorhängen. Heute kaufen mehr als 56% der US-amerikanischen Haushalte dort ein. Das beschert dem Unternehmen Einnahmen von mehr als 19 Mrd. US-Dollar pro Jahr.

Die Nutzung von Technologie zur Verbesserung von Marketing, E-Commerce und Merchandising ermöglicht es dem Unternehmen, im digitalen Zeitalter wettbewerbsfähig zu bleiben. Seit 2013 existiert ein Programm für die Automatisierung von Prozessen und die Personalisierung, wodurch das Unternehmen effizienter in der Art und Weise wird, wie Kunden angesprochen werden. Die Programmmanagerin des Einzelhändlers sagt: „Viele Unternehmen haben versucht, zusätzliche Mitarbeiter einzustellen, um den Output zu steigern. Aber wir wussten, dass unsere gegenwärtigen Workflows mit weniger mehr erreichen würden, wenn wir unsere Arbeitsabläufe optimieren. Wir haben mit einem Beratungsunternehmen zusammengearbeitet, um viele unserer Geschäftsprozesse zu überarbeiten und sie in censhare einzubinden, um Effizienzpotenziale zu finden.“

Ziel war es, das Arbeitserlebnis der eigenen Mitarbeiter genauso reibungslos wie das Einkaufserlebnis der Kunden des Unternehmens zu gestalten. „Die Kunden unterscheiden nicht zwischen den vielen Kanälen und Prozessen, die wir intern besprechen“, so die Projektmanagerin. „Wir müssen also unsere internen Prozesse miteinander verknüpfen, um diese Barrieren abzubauen. Außerdem haben wir festgestellt, dass unser Unternehmen dank einheitlicher Arbeitsabläufe mit einem einheitlichen Toolset auf den verschiedenen Marketingkanälen im Ergebnis effizienter aufgestellt ist.“

Geschäftsergebnisse



>50%
verkürzte
Produktionszeit



275k
US-Dollar jährliche Er-
sparnis dank Wieder-
verwendung von Assets



100+
individuelle
Variationen einer
E-Mail



1.300
Mitarbeiter profitieren
von neuen Tools und
Prozessen

„Es war tatsächlich so einfach“

Ziel des Unternehmens war es, sich von seinem eigenen archivähnlichen DAM weg und hin zu censhare zu bewegen, das die Arbeitsabläufe für hunderte von Mitarbeitern festlegt, standardisiert und optimiert. Seit 2013 haben die Programmmanagerin und ihr Team jedes Jahr Teile des Programms vervollständigt und in dieser Zeit kleine Gewinne verbuchen können, die im Endeffekt zu einer grundlegenden Veränderung im Marketing des Unternehmens geführt haben.

Die ersten beiden Phasen bestanden darin, die Workflows für das Fotostudio des Unternehmens und die Produktion seiner gedruckten Anzeigenbeilagen, die den Zeitungen beigelegt werden, zu automatisieren. Diese Phasen betrafen 160 Mitarbeiter – darunter Designer, Fotografen, Werbetexter, Redakteure und

Projektmanager –, die nun Beilagen in 16 Wochen anstatt wie bisher in 24 Wochen produzieren. Und im Vergleich zu früher gibt es 95% weniger Änderungen am Tag des Drucks. „Früher war es für die Teams schwierig zu wissen, wie der Stand eines Projekts zu einem bestimmten Zeitpunkt war – und sie arbeiteten in jeder Woche an zehn oder zwölf Projekten. Durch die Einführung von censhare und durch unsere neuen Geschäftsprozesse haben wir nun eine Projektstruktur, die automatisch erzeugt und gesteuert wird. Es war tatsächlich so einfach“, sagt die Programmmanagerin. Nun verlassen sich die Marketingteams und die kreativen Teams nicht mehr auf To-do-Listen, unterschiedliche Projektmanagementsysteme oder uneinheitliche Dateinamenskonventionen. censhare kümmert sich um all das im Hintergrund, damit jeder sich einloggen, Projektdetails ansehen und Fortschritte verfolgen kann.

„Durch die Einführung von censhare und durch unsere neuen Geschäftsprozesse haben wir nun eine Projektstruktur, die automatisch erzeugt und gesteuert wird. Es war tatsächlich so einfach.“

Leitende Programmmanagerin, großer US-amerikanischer Einzelhändler

Die Erstellung von E-Mails legt einen Gang zu

Der nächste Schritt des Einzelhändlers war die Erstellung eines Plans für die nachfolgenden Phasen der kommenden fünf Jahre. Zuerst war die Automatisierung und Personalisierung der täglichen E-Mails des Unternehmens an der Reihe, die jeden Tag in 30 Millionen Posteingängen landen.

Anstatt manuell ein paar Variationen der täglichen E-Mail zu erstellen, hat das Programmteam censhare mit dem System seines externen E-Mail-Providers verbunden. Zusammen mit den Daten des Analytik-Teams sind nun hunderte von E-Mail-Kombinationen möglich, und die Kunden erhalten so die Angebote, die ihren Interessen sowie ihrer demografischen Geschichte und ihrer Bestellhistorie am meisten entsprechen. Assets von censhare wiederum befüllen automatisch vorgefertigte Templates. „Wir haben die Produktionszeit um mindestens 50% – von zwölf auf sechs Wochen und bei Eilaufträgen manchmal sogar auf zwei bis drei Tage – gesenkt und auch die Anzahl von Fehlern bei der Produktion reduziert“, sagt die Programmmanagerin.

Wir sind noch nicht am Ziel

Seit 2018 hat das Programmteam mehr als 20 Prozesse mit censhare abgebildet, darunter Bilder von Anbietern – ca. 600.000 pro Jahr –, die .com-Webseite des Unternehmens und die Webseiten der Abteilungen, Werbebanner, den Auftritt in den sozialen Netzwerken,

die Marketingproduktion für die stationären Geschäfte sowie die Bereiche Verpackung und Direktwerbung. So konnte das Unternehmen die Verarbeitungszeit um rund 25% senken. Und dadurch, dass nun alle Bilder in censhare hinterlegt und für jeden zugänglich und durchsuchbar sind, spart das Unternehmen ca. 275.000 US-Dollar pro Jahr, da es vorhandene Bilder wiederverwenden kann und keine neuen Aufnahmen in Auftrag geben muss. Mehr als 1.300 Mitarbeiter nutzen censhare; davon sind zu jeder Zeit 300-500 Mitarbeiter am Arbeiten.

Die Programmmanagerin führt den Erfolg des Programms auf die enge Zusammenarbeit zwischen der IT-Abteilung und den Führungskräften der Geschäftsbereiche des Unternehmens zurück: „Ein DAM ist nicht nur ein IT-Tool. Wir aktivieren es, aber es ist der beste Freund eines Unternehmers.“ Zu diesem Zweck waren die Anwender von Geschäftsprozessen entscheidend, was die Gestaltung des Programms anging. „Alles, was in unserem System geschieht, läuft über sie“, so die Programmmanagerin. „Sie unterstützen uns dabei, uns für unsere Vision zu entscheiden und festzulegen, wie wir censhare einsetzen, um das Leben für unsere Kunden und unsere Kollegen 2019 und darüber hinaus einfacher zu machen. censhare ist weit mehr als nur ein DAM. Es steuert die Produktion für all unsere digitalen und Printprozesse. Das Potenzial an Flexibilität und Erweiterung, das censhare bietet, ermöglicht diese optimierte Umgebung für unsere intensiven Produktionsprozesse.“

„Wir haben die Produktionszeit um mindestens 50% – von zwölf auf sechs Wochen und bei Eilaufträgen manchmal sogar auf zwei bis drei Tage – gesenkt und auch die Anzahl von Fehlern bei der Produktion reduziert.“

Leitende Programmmanagerin, großer US-amerikanischer Einzelhändler

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