

EDEKA Südwest optimiert sein Marketing mit den flexiblen und automatisierten Lösungen von Censhare

Seit über einem Jahrzehnt nutzt EDEKA Südwest, ein langjähriger Kunde von Censhare und seinem Partner MSP, Censhare, um die Produktion von Werbeflyern und Sonderaktionen zu straffen und zu verbessern. Durch den Einsatz der anpassungsfähigen Systemarchitektur und der fortschrittlichen Automatisierungsfunktionen von Censhare verbesserte EDEKA Südwest die Effizienz seiner vielfältigen Marketingprozesse deutlich.

EDEKA Südwest benötigte eine umfassende Lösung zur effizienten Verwaltung und Produktion komplexer Marketingmaterialien wie wöchentliche Anzeigen und Sonderaktionen, sowohl für nationale als auch für lokale Märkte. Das Ziel war, Workflows zu optimieren und mehrere Systeme zu integrieren, um Produktdaten, Medien sowie die Druckproduktion nahtlos zu verwalten.

EDEKA Südwest implementierte das Digital Asset Management System (DAM-System)



von Censhare und die MSP-Module, um Produktdaten aufzubereiten, Korrektur-Workflows zu verwalten, Produktbilder über die Mediabox anzeigen zu lassen, Daten und Bilder über Schnittstellen abzurufen und druckoptimierte Flyer-Vorlagen für einzelne Geschäfte zu erstellen. Mit Censhare konnte EDEKA Südwest die Generierung lokalisierter Produktvarianten automatisieren, Werbetexte erstellen und Layouts effizient verwalten.

Eine Erfolgsgeschichte von Censhare mit



„Die Flexibilität der offenen Architektur von Censhare und seine Fähigkeit, dynamische Geschäftsprozesse zu unterstützen, sind für EDEKA Südwest Marketingaktivitäten von unschätzbarem Wert.“

- MSP, Implementation Partner

Herausforderungen

EDEKA Südwest sah sich mit mehreren wichtigen Herausforderungen konfrontiert, darunter die Notwendigkeit, Excelbasierte Planungs- und Platzierungsvorlagen in den Censhare-Prozess zu integrieren und entsprechend anzupassen. Diese Anpassung war entscheidend, um maßgeschneiderte Anzeigenlayouts für bestimmte Einzelhändler zu erstellen. Außerdem musste EDEKA Südwest einerseits seine Marketing-IT-Teams und Kaufleute sowohl in technischer Hinsicht als auch bei Marketingfragen unterstützen. Andererseits mussten die Censhare-Module und -Infrastruktur verwaltet und aktualisiert werden.

Ergebnis

Mit Censhare erzielte EDEKA Südwest bei seinen Marketingaktivitäten einen hohen Automatisierungsgrad, was zu einer verbesserten Zeit- und Kosteneffizienz führte. Das System automatisiert die Erstellung von druckoptimierten Marketingmaterialien, vereinfacht die Versionsverwaltung für lokalisierte Werbung und fördert die Zusammenarbeit zwischen den

Marketingteams von EDEKA Südwest und den. Dies führt zu einer deutlichen Produktivitätssteigerung.

Die Vorteile umfassen:

EDEKA Südwest profitiert sehr von einem höheren Automatisierungsgrad durch das flexible Design von Censhare, das eine effiziente Verwaltung von über 1,36 Milliarden Assets ermöglicht. Censhare bietet eine zentrale Lösung für die Verwaltung von Produktdaten, Bildern und Layouts. Die Anpassungsfähigkeit des Systems ist ein wesentlicher Faktor bei der Bewältigung dynamischer Marktanforderungen. Um dieser Dynamik gerecht zu werden, wurden eine Software für den Plakatdruck und eine Übersetzungsschnittstelle für länderübergreifende Werbung implementiert. Darüber hinaus unterstützt das System mehr als 500 Benutzer und ermöglicht dadurch groß angelegte Marketingkampagnen, ohne auf lokale Anpassungsmöglichkeiten zu verzichten.

Warum Censhare?

EDEKA Südwest entschied sich für Censhare aufgrund seiner offenen Architektur, die ein DAM-System mit dem MSP-Handelsmodul kombiniert, um flexible, passgenaue und skalierbare Lösungen für seine Werbemaßnahmen anzubieten.

Diese Anpassungsfähigkeit ermöglicht es EDEKA Südwest, seine Marketingprozesse kontinuierlich zu optimieren, um sowohl zeitgerechte als auch kosteneffiziente Prozesse zu gewährleisten.