

Fallbeispiel: Stahlwille Werkzeuge

Sepia Alterra®

- ➔ Product Information Management
- ➔ Media Asset Management
- ➔ Workflow Management
- ➔ Translation Memory
- ➔ Database Publishing
- ➔ BMEcat Exports



Sepia Alterra® Product Information Management Einführung von Sepia Alterra bei Stahlwille

Projektbeschreibung

Über Stahlwille

Sucht man nach einem Beispiel für den viel gepriesenen "deutschen Mittelstand", liegt man mit dem Wuppertaler Unternehmen STAHLWILLE goldrichtig. Der Werkzeughersteller produziert mit ca. 600 Mitarbeitern an fünf Standorten in Deutschland Hand- und Spezialwerkzeuge für Industrie, Automobilbranche und Luftfahrt. Das Unternehmen liefert seine teilweise speziell für die Kunden gefertigten, hochwertigen Produkte in über 90 Länder. STAHLWILLE realisiert damit einen Exportanteil von über 60% seines Umsatzes.

Hohe Zielvorgaben für das Projekt

Um diesen Exportanteil zu stabilisieren und weiter auszubauen, war es erforderlich die bereits international angelegte Print-Katalogerstellung auf eine solide technische Basis zu stellen.

Man begann bei STAHLWILLE Anfang 2005 zu erkunden, welche technischen Lösungen es für die Aufgabe gab, Produktdaten in beliebigen Sprachen parallel zu verwalten. Es sollte eine Lösung sein, die neben der automatischen Erstellung gedruckter Kataloge besonders gut geeignet war, elektronische Ausgabekanäle zu erschließen. Im Fachjargon wird dieser gewünschte Effekt als "Single Source Marketing" bezeichnet - mit anderen Worten: eine Datenquelle bedient viele Ausgabemedien.

"Wir wollten unsere hauptsächlich auf den Printbereich zugeschnittene Katalogsoftware gegen ein neues Produkt austauschen, das auch die problemlose Erstellung von Datenaustauschformaten wie BMEcat oder dem in unserer Branche verwendeten Nexmart-XML-Format ermöglicht. Daneben sollten unsere Kunden weltweit Produkte in unserem umfangreichen Sortiment per Internet und im CDrom Katalog finden können," erklärt Frank Suhr, Werbeleiter der STAHLWILLE Gruppe.

PIM Software für eine saubere Datenbasis

STAHlwille entschied sich nach umfangreicher Marktanalyse Ende 2005 für das webbasierte Product Information Management System SEPIA PIM.

Ändern sich die technischen Daten eines Produkts oder kommen neue Produkte hinzu, so kann per Übersetzungs-Workflow direkt von allen angeschlossenen Landesgesellschaften die Übersetzung nachgezogen werden. Die Datenbasis für alle Landesvertretungen wird damit stets synchron gehalten.

Marketing bedient den internationalen Vertrieb auf Knopfdruck

Geht man davon aus, dass das Marketing in der Hauptsache kreativ und erst in zweiter Linie administrativ tätig sein soll, so hat man bei STAHlwille diese Vorgabe perfektioniert: Das Marketing liefert per Knopfdruck beliebige Produktinformationen in nahezu allen gängigen Formaten an den internationalen Vertrieb aus.

Wünscht der Vertrieb zum Beispiel eine bestimmte Produktselektion als CD-Rom-Katalog, so kann diese kurze Zeit später ausgeliefert werden. Das Marketing von STAHlwille kann damit die Anforderungen des Vertriebs stressfrei erfüllen - und schafft sich durch den hohen Grad der Automatisierung Freiräume für kreatives Denken.

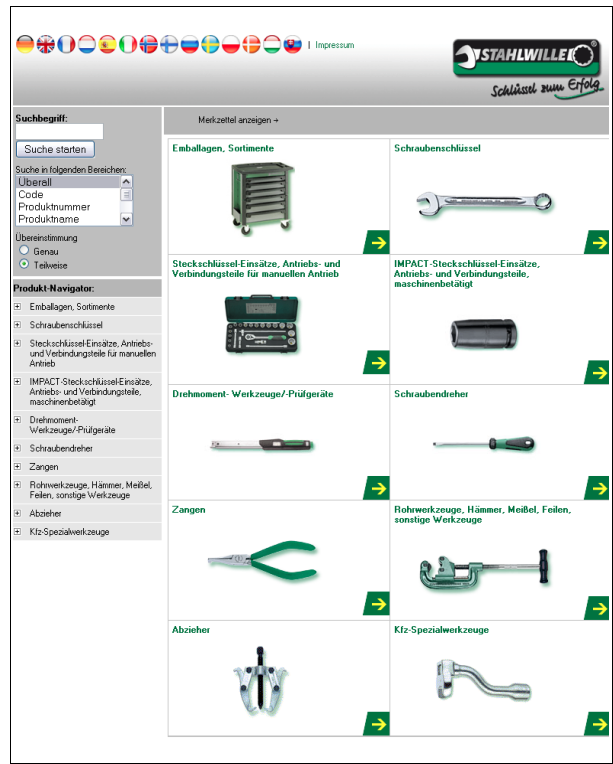
Webshops als Franchise-Leistung

"Nachdem die zuerst gesetzten Ziele bemerkenswert schnell erreicht waren, sollte in der zweiten Phase des Projekts ein webbasiertes Angebotsmanagement sowie eine Online-Shop-Lösung umgesetzt werden. Der besondere Clou des Shops ist, dass beliebig viele unterschiedliche Systeme automatisch aufgesetzt werden können. Außerdem werden diese Shops im Franchise-Verfahren genutzt - d.h., wir schalten die Systeme frei und der Vertrieb in den Ländern nutzt Daten und Software quasi als Dienstleistung", erläutert Suhr.

STAHlwille stellt also seinen internationalen Vertriebsorganisationen und Vertriebspartnern die Software-Infrastruktur sowie die Produktdaten-basis online zur Verfügung, um eigene kundenspezifische Internet-Shopsysteme zu nutzen.

Möchte eine Landesgesellschaft für ihre Kunden eine Online-Bestellmöglichkeit einrichten, so wird für diese Gesellschaft an zentraler Stelle ein so genannter "Webservice" freigeschaltet.

Dieser Webservice beinhaltet einen kompletten B2B-Webshop inklusive des STAHlwille Produktportfolios in der jeweiligen Landessprache. Die Landesgesellschaft kann nun per Synchronisation mit dem landesspezifischen CRM-System seinen Kundenstamm inklusive Preiskonditionen im System einstellen. Ist ein regionaler Kunde im System aktiviert, werden beim Zugriff auf den B2B-Webshop dessen Produktselektion und seine kundenspezifischen Konditionen angezeigt und abgerechnet.



Der Stahlwille Produktkatalog im Internet

"Wir wollten nicht den Fehler machen, uns in ein langwieriges Software-Projekt zu verstricken, sondern ein zuverlässiges Softwarepaket erwerben, das schnell implementierbar ist und auch in Zukunft unsere Wettbewerbsfähigkeit im Bereich Marketingkommunikation sichert. Das System sollte zudem modular erweiterbar sein, um auch zukünftige Anforderungen schnell und zuverlässig erfüllen zu können. Zudem ging es uns darum, im Software-Service von einem innovativen Unternehmen mit einem dynamischen Team und internationaler Erfahrung bedient zu werden", betont Suhr.

Intuitive Bedienung als Key-Faktor

Neben der intuitiven Bedienung durch Mitarbeiter und Agentur bietet diese PIM Software dem Unternehmen den Vorteil, dass Produktdaten einmal zentral in Deutsch angelegt werden und danach über das Internet in die Landessprachen der Zielmärkte übersetzt werden können. Das Ergebnis ist eine 100%ig aktuelle Datenbasis in mittlerweile 14 Sprachen.



In vier Monaten zum Ziel

"Das Resultat kann sich sehen lassen: Wir haben mit Sepia PIM alle gesetzten Ziele innerhalb von nur vier Monaten realisiert. Wir haben nun Werkzeuge zur Hand, die uns innovative Marketing-Services ermöglichen. Wir gehen davon aus, dass wir dadurch einen Wettbewerbsvorteil realisieren konnten - schon allein durch die Zeit- und Kostenersparnis bei gleichzeitig hochwertigen Informationen, die wir bereitstellen können - und das für alle unsere Zielgruppen und Zielregionen sowie für Print und Online gleichzeitig," betont Frank Suhr abschließend.

Ihr Kontakt zu Sepia

Sepia Zentralvertrieb
Mail: sales@sepia.de
Telefon: +49 (0)211 51 41 9 75
Web: <http://www.sepia.de>

