



pistor

BESTÄNDIG IST NUR DER WANDEL

Über 12.000 Produkte, sich ständig ändernde Preise und Sortimente, trotzdem konsistente Daten: Die Pistor AG, Großhandelsunternehmen für die lebensmittelverarbeitende Branche, verwaltet seine Produktdaten mit Lobster_pim.

Das beste Preis-Leistungsangebot gewinnt. Gerade in der Lebensmittelbranche entscheidet sich der Kauf auch über den Preis. Wer Sonderaktionen kurzfristig mit Werbematerialien bewerben kann, gewinnt Zusatzumsätze und neue Kunden. Dies gelingt jedoch nur, wenn alle Produktinformationen zeitnah und fehlerfrei aufbereitet sind. Deshalb erstellt die Pistor AG ihre Broschüren und Kataloge mit der Produktinformations-Management-Software von Lobster. Damit konnte das Time-to-Market signifikant reduziert werden.

Das Sortiment der Pistor AG hat sich in den letzten Jahren mehr als verdoppelt. Das bringt ein riesiges Volumen an Produktdaten mit sich, die aufgrund von Preisen, Nährwertangaben oder Produktdeklarationen permanenten Änderungen unterliegen. „Mit unserer alten Lösung hätten wir diese Datenmenge nicht mehr verwalten können“, erzählt Hubert Koch, Teamleiter Marketing Services bei Pistor. „Dank Lobster_pim ist das kein Problem.“ Die Software deckt das gesamte Produktmarketing des Unternehmens ab. Der Schweizer Partner von Lobster, die WPS medianservice AG mit Hauptsitz in Dietikon, hat das Projekt in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden umgesetzt.

Zentrales PIM und grafische Gestaltung in einem

Pistor erstellt einmal im Jahr einen 620-seitigen Gesamtkatalog mit sämtlichen Produkten und ganzjährig Broschüren zu unterschiedlichen Teilsortimenten. Hierfür müssen alle Produktdaten einheitlich und stets aktuell vorliegen. Deshalb speichert Lobster_pim diese abteilungsübergreifend auf einer Plattform ab. Die Daten pflegen in der Regel die MitarbeiterInnen der Abteilung Beschaffung ein, die Marketingabteilung ruft die zentral gespeicherten Informationen auf, bereichert sie mit Hilfe der Software mit Grafiken, Textbausteinen oder Tabellen an und entwickelt daraus druckfähige PDF-Broschüren. „Die Arbeit mit Layout-Programmen wie InDesign wird stark vereinfacht und sicherer“, erklärt Koch. „Damit erledigen wir praktisch nur noch den Feinschliff. Alles andere läuft über Lobster_pim.“

Aus zwei Monaten wurden drei Wochen

Für die Generierung und die Druckvorstufe des Hauptkataloges brauchte Pistor vor Lobster_pim rund zwei Monate. Die Daten wurden doppelt geführt und auch doppelt bewirtschaftet. Ein in die Jahre gekommenes Katalogsystem der ersten Stunde bot damals Hilfe bei der Strukturierung.



Heute wird der Katalog von den fünf Desktop-Publishing (DTP)-MitarbeiterInnen innerhalb von drei Wochen druckfertig in den beiden Sprachen Deutsch und Französisch erstellt.

Mehr Aktionsangebote in kürzerer Zeit

Noch gravierender war die Umstellung bei den regelmäßig erscheinenden Aktionsheften der Pistor AG. Vor der Einführung des professionellen PIM-Systems arbeitete das Unternehmen mit einer flachen XML-Datei, die einmal pro Tag aus dem ERP exportiert wurde und dann täglich per Hand auf die MAC-Arbeitsstationen kopiert wurde. Die MitarbeiterInnen mussten jeden Artikel über ein Suchfenster vor dem Import ins InDesign suchen. Die Struktur der Aktionsangebote pflegten sie ebenfalls von Hand ein. Die Fehleranfälligkeit war dadurch hoch, das Korrekturmanagement entsprechend aufwendig. Lobster_pim automatisiert heute diesen Prozess und Pistor kann mühelos zwei zusätzliche Ausgaben der Aktionshefte erstellen, die heute zwölfmal im Jahr mit durchschnittlich 72 Seiten erscheinen. Zudem verplant Pistor bei den Aktionsheften die Angebotsseiten im PIM – mit Hilfe der optischen Seitenverplanung. Der Einkaufsverantwortliche baut dafür seine „eigene“ Seite im PIM-System auf und kann kurzfristig Änderungen vornehmen; zum Beispiel, wenn ein Produkt zu einem geringeren Preis angeboten werden soll.

Automatisierte Werbemittelerstellung für Broschüren

Für die einzelnen Broschüren (Teilkataloge) können die MitarbeiterInnen zudem im Warenwirtschaftssystem Kriterien vergeben – beispielsweise ob ein Produkt für Broschüren relevant ist oder nicht. Das System generiert daraus automatisch einen sogenannten Werbemittelbaum, auf dessen Basis die Marketingabteilung praktisch per Knopfdruck die benötigten Broschüren erstellt. „Wir investieren heute etwas mehr Zeit in die Vorarbeit, konnten aber mit Lobster_pim insgesamt abteilungsübergreifend 30% unserer Zeit einsparen“, berichtet Koch zufrieden.

Daten im Online-Shop flexibel verwalten

Pistor nutzt die PIM-Software auch, um Daten aus dem ERP-System kundenfreundlich aufzubereiten. Das ist besonders beim Online-Shop wichtig. So wird beispielsweise die Bratbutter im ERP-System in der Kategorie „normales Lager“ abgespeichert, da sie nicht gekühlt werden muss. Die normale Butter speichert es unter „Frischdienstlager“. Beide Buttersorten befinden sich somit in unterschiedlichen Warengruppen. Mit Lobster_pim passt die Beschaffung die Struktur automatisch so an, dass der Kunde sinnvollerweise auf der Website beide Produkte in der Kategorie „Butter“ findet.

Der Beste gewinnt

Vor der Einführung des neuen PIM-Systems testete Pistor die Software von sieben Anbietern und entschied sich für Lobster_pim. „Es ist das am besten zu konfigurierende Tool, das unseren Bedarf optimal abdeckt“, freut sich Koch. Mit Hilfe der WPS medienservice AG verlief die Umstellung auf das neue System reibungslos. „Unser Fazit: Wir haben uns richtig entschieden, denn wir haben eine tolle Lösung mit den besten Partnern.“