

ADAM PIMS STUDIO: KATALOGMANAGEMENT AUS EINER HAND

Kataloge sind kurzlebig, Kunden müssen immer wieder aufs Neue angesprochen werden. Die große Herausforderung für den international agierenden Produktmanager besteht deshalb in der zielgruppengerechten Präsentation neuer Produkte auf unterschiedlichen, sich ständig wandelnden Märkten. Kurzum: Im Produkt- und Katalogmanagement sind Wachsamkeit und organisatorisches Können gefragt.

Der Idealfall

Ein Musterkatalog, der eine ganze Katalogfamilie steuert, wäre sicher für jeden Produktmanager dieser Kategorie eine große Arbeitserleichterung. Vom „Verhalten“ des Mutterkataloges könnten seine Ableger lernen – sobald er sich verändert, ziehen sie einfach mit. ADAM Software erbringt mit der Lösung PIMS den Beweis, dass dieser Ansatz die Katalogproduktion tatsächlich um ein Vielfaches vereinfacht.

Ein Fallbeispiel

Ein Produktmanager soll ein Produkt in den Markt einführen. Als European Product Manager (EPM) versorgt er die Kollegen in den einzelnen Ländern, die Country

Product Manager (CPM), mit den relevanten Informationen rund um die Produkteinführung. Bald jedoch stapeln sich die unterschiedlichsten Angaben auf ihren Schreibtischen, und die Verwirrung lässt nicht lange auf sich warten: „Welche Version der Produktbeschreibung soll jetzt eigentlich in den Katalog kommen?“ Das zuständige Design-Studio macht zur gleichen Zeit Doppelschichten, um eine herausragende Layoutkomposition zu kreieren, „aber welche Fotovariante ist nun für unseren Katalog vorgesehen?“

Unser Chef-Produktmanager muss reagieren und möglichst schnell den zuständigen Stellen die erforderlichen Informationen zuspielen. Genauer: Es gilt, am

Ende jedem Marktplatz, jeder Zielgruppe den passgenau zugeschnittenen Katalog zu präsentieren. Denn jeder Markt ist unterschiedlich, die Erwartungen differieren. Auch wenn das Produkt dasselbe ist, muss es von Region zu Region anders präsentiert werden – und das betrifft nicht nur die Sprache. Selbstverständlich will der Produktmanager dabei immer sein „Baby“ wiedererkennen – und zwar in jeder Katalogversion.

Für eine erfolgreiche Symbiose aus Markt- und Produkttreue bietet sich der Einsatz von PIMS an. Die Lösung aus dem Hause ADAM Software stellt unserem Produktmanager ein Interface des Musterkatalogs zur Verfügung. Nach dem WYSIWYG-Prinzip kann er dem Produkt



Online und Offline Werbemittel mit Hilfe von PIMS effizient erstellt



seinen Vorstellungen entsprechend ein Gesicht geben. Per Mausklick wird eine Abfrage aktiviert, die den EPM daran erinnert, alle produktspezifischen Datenfelder ausfüllen und Links zu Bildern, Dokumenten etc. einzutragen. Er kann dabei in alle Ebenen des Katalogs vorstoßen.

Sobald die Eingaben gespeichert sind, werden die Country Product Manager automatisch benachrichtigt. Jetzt kann der jeweilige CPM das neue Produkt in seiner Katalog-Version positionieren. Ein integrierter „Dummy Proof Wizard“ begleitet ihn durch die Übersetzung, Bildauswahl und länderspezifische Dokumente. Dabei hält sich der CPM immer eng an die Vorgaben des EPM.

Einsatz in Mechelen

Ein Fallbeispiel aus dem echten Leben: Das US-Unternehmen Stanley Works Inc. mit Sitz in New Britain, Connecticut, ist ein weltweit agierender Komplettanbieter für Handwerkszeuge, Aufbewahrungslösungen und Befestigungssysteme. Die Europa-Zentrale in Mechelen, Belgien, koordiniert die Dependancen des Unternehmens in 25 europäischen Ländern.


Stanley Works Europe hat sich für PIMS entschieden, weil man die Produktkommunikation europaweit auf einen gemeinsamen Nenner bringen wollte, ohne aber die lokalen Marktbedürfnisse zu ignorieren. Mit dem Einsatz von PIMS wurde das Datenmanagement in Mechelen zentralisiert, ein European Product Manager definiert die Attribute eines neuen Produkts, die Country Product Manager erhalten klare Vorgaben zur Weiterverarbeitung. Sam Van Ongeval, Projektmanager bei Stanley, rechnet mit einem Return On Investment in weniger als einem Jahr – unter anderem dank der Zeit- und Kostenersparnis durch die Automatisierung und Datenwiederverwertung. Dabei sei der Mehrwert für den Kunden durch verbesserte Markenpflege noch gar nicht mit eingerechnet, so Van Ongeval.

Fazit

PIMS ist insbesondere für Unternehmen geeignet, die mit einem großen Produktsortiment aufwarten. Außerdem für Firmen, die Produkte mit relativ kurzer Marktpräsenz oder Artikel mit ähnlichen Merkmalen vertreiben. Mit PIMS können

komplexe und stark fluktuierende Datenbestände benutzerfreundlich gepflegt und aus einer zentralen Datenbank mit klar definierten Richtlinien und Zugriffsrechten zur Verfügung gestellt werden.

Über ADAM Software

ADAM Software ist ein Anbieter für Medienmanagement-Lösungen mit Sitz in Deinze, Belgien. Zu den Kunden gehören namhafte Unternehmen wie Microsoft, Stanley oder Philips Medical. Zum Motto von ADAMs „Let the Media Flow“ passt der eigene Anspruch, für den Marketing-Bereich zu leisten, was ERP-Systeme in der Produktion vollbringen: eine signifikante Erhöhung der Effizienz. Die Einarbeitungszeit in die Software wird dabei durch die intuitiv steuerbare Benutzeroberfläche auf ein Minimum reduziert, Datenbestände können ohne lange Einführungen schnell und pointiert aufbereitet werden. Der Benefit: Kostenreduktion, verbesserter Time-to-Market-Wert und maximale Kontrolle bei jedem Schritt in einem komplex strukturierten Marketing-Workflow.  **Martina Borgschulze**

ADAM.
Media Intelligent



Pieter Casneuf
Adam Software NV
pieter@adam.be
www.adam.be