



MULTI-CHANNEL ERZEUGT MULTI-DRUCK – CAMIF OPTIMIERT SEINE PRODUKTKOMMUNIKATION MIT PERIGEE

CAMIF ist der drittgrößte Versender in Frankreich. Über 190.000 Produkte werden per Katalog, Internet und in Heimwerker-Märkten vertrieben, von Bekleidung über Rasenmäher und Bürostühle bis hin zu Weinkühlschränken. Um diese riesige Produktpalette mit einer einheitlichen „Message“ bewerben zu können, benötigt CAMIF ein Tool, das Content Management und Publishing für die unterschiedlichen Distributionskanäle ermöglicht.

Ja, wo laufen sie denn ... die Informationen?

CAMIF hat im Geschäftsjahr 2005 aus über 7,2 Millionen verkauften Artikeln einen Erlös von 679 Millionen Euro erzielt. Doch bei der Produktkommunikation bestand Handlungsbedarf. Denn bei der Einführung der Multi-Channel-Vertriebsstrategie spürte das Unternehmen plötzlich von allen Seiten Druck. Schließlich musste dieser enorm umfangreiche Produkt-Mix nicht nur verschickt, sondern darüber hinaus auch via Katalog, E-Commerce, „In Store“-Platzierung und anderen Medien angeboten werden.

„Wir standen vor dem Problem, für eine so große Produktpalette eine zielgerichtete Kommunikation zu erreichen“, erklärt François Cossy, Publication Director bei CAMIF. „Es war schwierig, die Marketing- und Sales-Botschaft ohne einheitliche Kommunikationslösung zu vermitteln. Unsere erste Aufgabe war also, die Datenbank zu zentralisieren, damit die Produkt- und Marketing-Aussage überhaupt einheitlich in den Katalogen, auf

der E-Commerce-Webseite, in den POS-Displays und auch in der In-Store-Promotion erscheinen konnte“.

Multi-Channel dank Perigee

CAMIF entwickelte, basierend auf der Perigee Software-Suite-Technologie, ein Database Management Tool, welches Content Management und Publishing für die unterschiedlichen Distributionskanäle und Vermarktungsstrategien ermöglichen soll. Perigee ist ein Marktführer von Content- und Multi-Channel-Publishing-Lösungen für den Versand- und Einzelhandel. Das Unternehmen wurde 1989

von David Lantier and Arnaud Lefèvre in Lille gegründet. Inzwischen werden mehr als 80 Prozent aller Versandhandelsgeschäfte in Frankreich über Perigee gestützte Kataloge oder Webseiten abgewickelt. Die Mitarbeiter sitzen in Lille, Paris und Leeds-Bradford, ihre Kunden sind in ganz Europa tätig. Ein Pfeiler des Firmenerfolgs ist die Perigee Software Suite Solution. Sie besteht aus vier einzelnen Modulen, die die Bereiche Creative Management, Information Management, Catalogue Management und Business Management bedienen. U



Auf einem Bein steht man nicht gut – Die Vier-Modul-Lösung

Perigee DAM (Digital Asset Management) sorgt dafür, dass in vielen verschiedenen Medienkanälen publiziert werden kann. Perigee D-PIM strukturiert die Produktdaten, die für die Publikation benötigt werden. Diese Informationen werden automatisch für QuarkXPress- oder InDesign-Dokumente aufbereitet. Perigee MCP (Multi Content Publishing) organisiert den Content und adaptiert die Informationen für zahlreiche Medienkanäle wie Print und Web, aber auch für Callcenter, Handys und sogar Rundfunk- oder TV-Formate. Auch Sprachvarianten und lokale Spezifizierungen sind möglich. Dabei arbeitet MCP mit InDesign und QuarkXPress.

Last but not least bietet Perigee M-BI (Marketing Business Intelligence) das nötige Werkzeug, um per Echtzeit-Feedback die Produktion zu analysieren und Ressourcen zu maximieren. M-BI ermittelt zum Beispiel die genaue Zeit, die ein User auf der entsprechenden Webseite verbringt, wie lange er bei einem bestimmten Ordner oder Produkt verweilt. Solche Informationen sind für die Kataloggestaltung enorm hilfreich.

P@P-Art – die Kunst, zielgruppen-genau zu kommunizieren

Aufbauend auf der Modullösung der Perigee Software-Suite entwickelte CAMIF ein Datenbank-Tool, das den komplizierten Anforderungen des Unternehmens an seine Produktkommunikation gerecht wurde: P@P heißt CAMIFs neue Geheimwaffe – Publication Administered Production. „P@P ermöglicht uns eine Datenbank zu verwalten, in der alle Informationen nur einmal erstellt oder editiert werden müssen“, erläutert François Cossy. „Und das wiederum führt zu einer Reduzierung der Fehlerquellen.“ Er fügt hinzu, dass bei CAMIF innerhalb von 12-14 Monaten der Return of Investment zu 100% erwartet ist.

Mit P@P ist jedes Produkt mit Sets aus Fotos, Logos, Beschreibung, Produktinfo und Preis verknüpft. Die Informationen können je nach Saison oder Vertriebskanal variieren. Sobald ein Produkt im Katalog oder auf der Webseite erscheint, läuft automatisch die relevante Information für diesen bestimmten Distributionsweg und diese bestimmte Saison ein. Darüber hinaus können Produktbeschreibungen im Web zusätzliche Details enthalten, für die im Print-Katalog schlicht kein Platz mehr ist. Und noch besser – die Infor-

mationen können sogar zielgruppengerecht variieren: Davon ausgehend, dass sich im Internet eher jüngere oder aufgeschlossener User tummeln, erscheint dort dann eine besonders hippe Beschreibung. Ein konservativerer Text dagegen findet wohl eher bei traditionellen Katalogbestellern Anklang. Das gesamte Katalog-Team kann Produktinfos gemeinsam nutzen, damit unterschiedliche Anwender alle relevanten Details für eine Aufgabe vorliegen haben, sei es für eine spezielle Veröffentlichung, ein spezielles Angebot oder gezielt für einen Kunden. „Seitdem die Informationen zentral gelagert werden, sind Last-Minute-Änderungen der Preise bis zu einem halben Tag vor Druckbeginn möglich. Und wir sind in der Lage, im Dezember bereits Produkte auf unserer Webseite anzubieten, obwohl der gedruckte Katalog erst im Januar erscheint“, freut sich François Cossy.

Das Perigee-System kam bei CAMIF zum ersten Mal bei der Erstellung des Herbst-Winter-Kataloges 2005/2006 zum Einsatz. Stolze 900 Seiten, die über 28.000 unterschiedliche Artikel feilboten. Seither arbeitet das Unternehmen mit diesem System – zur vollsten Zufriedenheit der Mitarbeiter und der Kunden.

□ Oliver Treubel

Perigee®
marketing content & multichannel publishing



Anastasia Charbin

Perigee®
acharbin@perigee.fr
www.perigeesoftware.com