

*freedom
to create*

Erfolgsgeschichte



censhare

Wie man Produktdaten zentral führt und flexibel publiziert

Die ESA suchte eine flexible Plattform, um den Ansprüchen, hinsichtlich Verfügbarkeit und Relevanz von Produktdaten für unterschiedliche Zielgruppen, gerecht zu werden.

ESA⁺

“censhare erfüllt die sehr breit angelegten Anforderungen. Auch im täglichen Betrieb überzeugt uns das System und wir arbeiten gerne damit.”

Heinz Rolli, Leiter IT-Entwicklung

Erfolg mit langfristigen Zielen

Der Entwicklungsprozess des ESA-Projekts ermöglicht censhare im gleichen Zug die Fähigkeiten seiner Plattform zu verbessern und so auch für andere Kunden verfügbar zu machen. Mit dem ganzheitlichen Denkansatz und den daraus resultierenden Anforderungen entstehen schrittweise neue Nutzungsaspekte, die, trotz einer zentralen und integrativen Sicht, grosse Beweglichkeit wie auch langfristiges Entwicklungspotential garantieren.

Mit dem Plattformkonzept von censhare können jederzeit zusätzliche Nutzungsbereiche erschlossen werden, die die Systemleistung und somit auch den Systemnutzen weiter steigern.

“Mit der Integration von censhare haben wir insgesamt deutlich schnellere, einfachere und flexiblere Prozesse für die Datenführung und -distribution erzielt.”

Christine Wälchli, Business Analyst bei ESA

AUF EINEN BLICK

Branche

Handel / B2B

Produkte

- **Digital Asset Management**
- **Product Information Management**
- **Headless Content Management**

Unternehmen

ESA, gegründet im Jahr 1930, ist die führende, genossenschaftliche Einkaufsorganisation des Schweizerischen Auto- und Motorfahrzeuggewerbes. Mit dem zentralen Einkauf, der Herstellung und dem Vertrieb aller im Auto- und Motorfahrzeuggewerbe benötigten Artikel und Dienstleistungen tragen sie einen grossen Teil zum Erfolg ihrer Mitinhaber/ Genossenschafter bei.

Unternehmensanforderung

Die ESA musste ihr Product- und Content-Management-System aktualisieren, um die Nutzung und Vollständigkeit von Produktinformationen zu verbessern und um die relevanten Ausleitungen – z.B. an eCommerce-Lösungen – sicherzustellen.

Herausforderung im dynamischen Marktumfeld

Die ESA ist die führende Einkaufsorganisation des Schweizer Auto- und Motorfahrzeuggewerbes. Das genossenschaftlich organisierte Unternehmen gehört seit 90 Jahren den eigentlichen Kunden und somit 7'000 Mitinhabern.

Gerade dieser Umstand, dass der Kunde letztlich auch Besitzer der ESA ist, verlangt eine überzeugende Kundennähe und optimale Wirtschaftlichkeit.

Jahrelange Kompetenz besser vermitteln

Im umkämpften Auto- und Motorfahrzeughandel verfügt ESA, mit ihren 90 Jahren Erfahrung, über ein enorm breites Wissen hinsichtlich technischer und organisatorischer Produkt- und Serviceanforderungen ihrer Betriebe.

Dieses Wissen, welches unter anderem in Form von über 500'000 Produktdaten diverser Verbrauchsgüter existiert, gilt es, auch in einem zunehmend digitalen Umfeld resp. Markt zu sichern und auszubauen. Um den Anforderungen eines solch gewandelten Marktes standzuhalten, ist daher eine entsprechend anpassungsfähige Soft- und Hardwareinfrastruktur für ESA absolut zentral.

Gleichzeitige Ablösung von PIM und ERP

Das bisherige Product Information Management (PIM) System war schwerfällig und basierte auf einer veralteten Technologie. Daher war eine Ablösung gewünscht.

ESA stellte sich der Herausforderung gleichzeitig mit der anstehenden PIM-Migration das ERP als zentralen Datenlieferanten zu erneuern.

Für Heinz Rolli, Leiter IT-Entwicklung, stellte die gleichzeitige Ablösung zweier Systeme eine grosse Herausforderung dar. Durch vorausschauende Planung und ein ineinandergreifendes Projekt-Management konnte diese jedoch gut gemeistert werden.

Umfangreiche Anforderungen an bestehende und neue Touchpoints

Mit dem neuen PIM wollte die ESA bei der Ausleitung der Daten, in die verschiedenen Kanäle und Touchpoints, beweglicher werden. So mussten unter anderem diverse Online-Shops angebunden und Offline Instrumente, wie inhouse erstellte Flyer, einfacher und schneller produziert werden können.

Das hatte zur Folge, dass für die Verwaltung des Contents, Einzelsysteme ersetzt werden mussten und das Erstellen, Editieren und Freigeben von Content in einem zentralen Prozess innerhalb des Digital Asset Managements (DAM) abgebildet werden sollte.

Integrierte Anforderungen aus interdisziplinärer Sicht

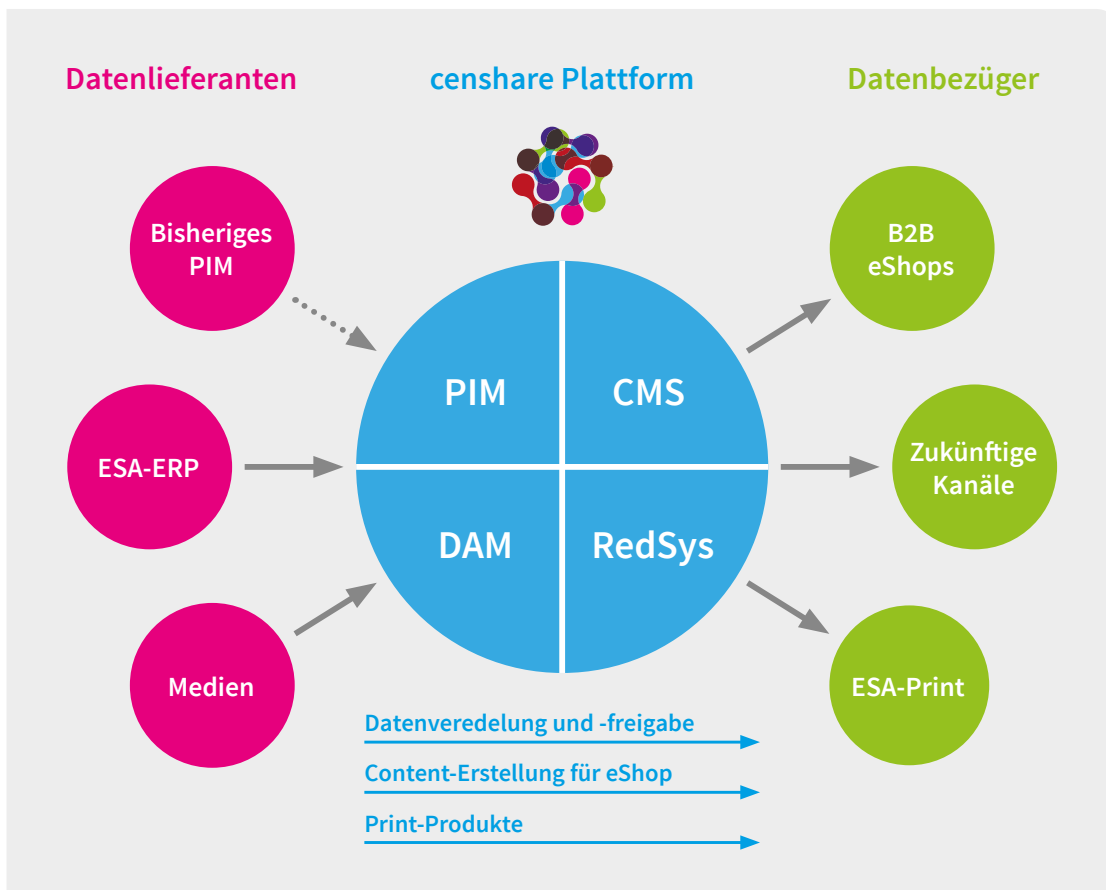
Innerhalb eines Unternehmens besteht heute in diversen Bereichen ein hoher Bedarf, Daten in einem integrierten Kontext editieren und publizieren zu können. So werden sowohl Administration, Produkt-Management als auch Verkauf und Marketing gleichzeitig zu Datenbezugern und -lieferanten.

Auch für Christine Wälchli, Business Analyst bei ESA, war es zentral, dass das zukünftige PIM die Datenhaltung und -führung sowie die damit verbundenen Prozesse aus einer interdisziplinären Sicht abbilden kann.

Die untenstehende Abbildung zeigt vereinfacht die Systemlösung mit Datenlieferanten und -bezugern und Prozessen, die, unter anderem in Form von Workflows, eine solche Integration ermöglichen müssen.

Welches System hat welche Aufgaben

Für eine klare Struktur der Aufgabenzuteilung müssen in der Konzeptphase des Projektes die nötigen Definitionsmechanismen integriert werden. Will heissen, wo – also in welchem System – und welche Logiken eingeführt werden sollen. Es macht Sinn, für die Relevanz von Daten im führenden System, z.B. Personas und/oder Interessensparameter zu hinterlegen und entsprechend zu verbinden. Allerdings macht es wenig Sinn, formale Aspekte, die die Darstellung von Daten auf einem spezifischen Kanal betreffen, im zentralen System zu definieren. Solche Aspekte gehören zur Logik des Distributionskanals bzw. der Touchpoints.



Projektergebnisse



500'000+
Artikel



5+
Online-Shops



7000
B2B-Kunden



80
Flyer pro Jahr

Erfolg für das Team

Die Anforderungen an die Systemlösung wurden in diversen Workshops erarbeitet. Die Benutzer konnten sich aktiv einbringen und neue Ideen und Funktionen vorschlagen.

Vorteil des Einbezugs der Nutzer war, dass die jeweiligen Bedürfnisse im Konzept und somit in den User Stories mitberücksichtigt werden konnten. Dies wiederum gab der ESA Investitionssicherheit für das Gesamtprojekt, da am Ende der Konzeptphase bereits das Commitment aller Beteiligten vorhanden war.

Nach der Konzeptphase wurde das Projekt im agilen Modus umgesetzt. Im Falle ESA profitierten die involvierten Verantwortlichen von einem durchgängigen Engagement der ESA Mitarbeiter und den censhare Fachbereichen Projektleitung, Requirement Engineering und Solution Development.

Einer der tragenden Schlüsselfaktoren für den Projekterfolg und die Akzeptanz der neuen Lösung war sicher der frühe Miteinbezug der Benutzer.

Anforderungen von ESA an die censhare Plattform

Zentrale Strukturierung der Produktdaten

- gewährleistet Datenqualität für unterschiedliche Ausleitungen
- zentraler Zugriff für Aufgabenträger aus verschiedenen Bereichen

Integrierte Lösung für die Anreicherung von Produktdaten mit Text, Bildern, Videos usw.

- Verknüpfungslogik zwischen Asset-Typen
- Automatismen via Verknüpfungs-Prozesse

Verbesserte Benutzerakzeptanz

- zentrales, angenehmes User-Interface
- Ausbaumöglichkeiten in gleichem UI

Automatisierung wiederkehrender Aufgaben

- Entlastung von repetitiven Aufgaben
- Effizienz durch automatisierte Prozesse

Standardisierte Schnittstellen

- standardisierte Schnittstellen (z.B. zu ERP, eCommerce)
- Datenhub für alle Ausleitungs-Szenarien (on- und offline)

Über censhare

Unsere zukunftsweisende Universal Content Management-Plattform bringt Sie mit Ihren Zielgruppen zusammen – in jedem Kanal, in jeder Sprache, lokal und global.

censhare Kunden wie Allianz, Dyson, Christie's oder Lufthansa profitieren bereits von der neuen Freiheit, qualitativ hochwertige und konsistente Inhalte mit außerordentlicher Effizienz zu entwickeln und bereitzustellen.

Erfahren Sie mehr unter www.censhare.com

Copyright © 2020 censhare

Alle Rechte vorbehalten. censhare und sonstige Warenzeichen sind Warenzeichen der censhare GmbH oder ihrer Tochtergesellschaften. Sonstige Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Diese Case Study dient ausschließlich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieser Case Study waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. censhare übernimmt für diese Case Study keine Gewährleistung – weder ausdrücklich noch impliziert.