



Use Case

aclevion.

Mit Digital Asset Management zu mehr Marketing-Effizienz und -Qualität

Das Unternehmen beschäftigt über 700 Mitarbeitende und nutzt über 20 eigene oder in Lizenz genutzte Marken, jede davon mit eigenem Corporate Design und eigener Corporate Identity. Das zentrale Marketing erstellt als interner Dienstleister die Massnahmen für all diese Brands. Dabei müssen die Marketing-Experten nicht nur die verschiedenen Marken wirksam bedienen, sondern auch den steigenden Ansprüchen ihrer Zielgruppen gerecht werden.

Heute verwaltet das Unternehmen alle Brand- und Marketinginhalte im zentralen censhare Digital Asset Management. Alle Inhalte existieren genau einmal und stets in der aktuellen Version. Ein übergreifender, systemgestützter Prozess regelt den Lebenszyklus der Inhalte über Validierungsmechanismen, vom Import über die Veredelung und Freigabe bis zur Veröffentlichung und der anschliessenden Archivierung. Dabei unterstützt das System auch den Export an das externe Headless Content Management sowie die Steuerung und Vergabe von externen Aufträgen.

Wo früher Dateien nur schwer zu finden waren, sorgt heute die zentrale und strukturierte Ablage für Ordnung. Alle Dateien sind stets im Zugriff und immer in der richtigen Version, was nicht nur die Markenkonformität erheblich erhöht, sondern auch die Qualität der Kommunikation und die Wirkung im Markt. Der systemgestützte Workflow schliesslich optimiert die internen Prozesse, reduziert die Arbeitslast, ermöglicht neue Agilität und schafft die Basis für weitere Automatisierungen im Marketing.



LAVEBA

Anforderung

Früher wurden alle Marketing-Daten auf Laufwerken gespeichert, per Hand exportiert und freigegeben. Die Informationen waren weder harmonisiert noch standardisiert. Im Rahmen einer Neuaufstellung des internen Marketings hat LAVEBA nicht nur die Marketingstrategie überarbeitet, sondern auch in die notwendigen Systeme investiert.

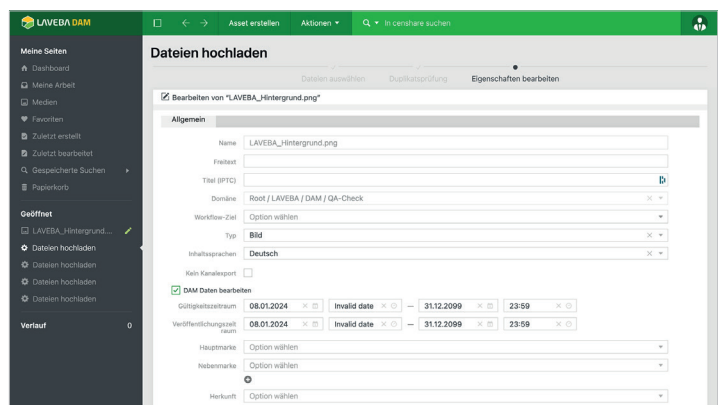
Das neue System sollte die Effizienz im Marketing und LAVEBA Netzwerk steigern, die Infrastruktur für Marketing-Automatisierung schaffen und die Markenkonformität erhöhen. Gemeinsam mit LAVEBA haben wir die Daten- und Unternehmensorganisation analysiert, davon das Rechtekonzept, die Stammdaten sowie Ausgabe-Items und Auftragsprozesse abgeleitet und einen übergreifenden Asset-Lifecycle auf Basis des censhare DAM implementiert.

Der Asset-Lifecycle-Prozess: Volle Kontrolle vom Upload bis zur Archivierung

Auf Basis des zentralen Digital Asset Managements nutzt das Unternehmen einen umfassenden Asset-Lifecycle-Prozess für alle Dateien und Informationen, der für mehr Prozesssicherheit und Datenqualität sorgt. Die Anwender haben dabei je nach Rolle und ihren Rechten Zugriff auf unterschiedliche Teilaufgaben und Aktionen. Jedes Asset durchläuft so verschiedene Quality Gates, in denen jeweils unterschiedliche Prozesse systemgestützt ablaufen und weitere Aktionen möglich sind, wie z. B. die Erstellung externer Aufträge.

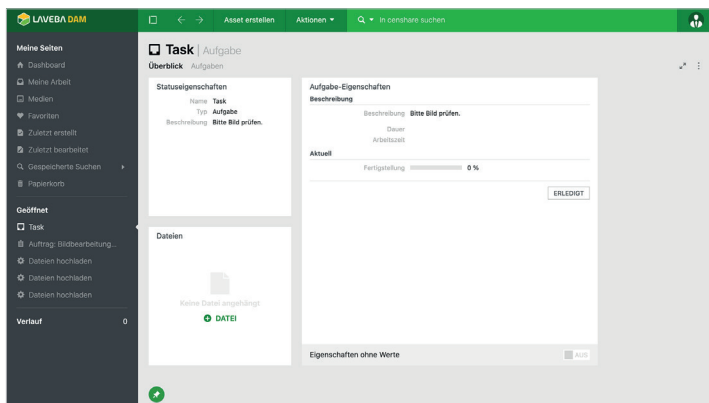
1. Upload und QA-Check

Dateien werden vom Marketing oder anderen Usern direkt in das System geladen. Nach einer Duplikatprüfung und dem automatischen Auslesen von Informationen wie Dateinamen oder IPTC-Header gelangen sie automatisch zur internen Qualitätsprüfung. Dort werden definierte Pflichtinformationen ergänzt und vom System automatisch validiert. Das System erstellt auch Dateinamen anhand einer festgelegten Namenskonvention. Danach können verschiedene Aufträge gestartet und die Datei schliesslich in die Freigabe gegeben werden.



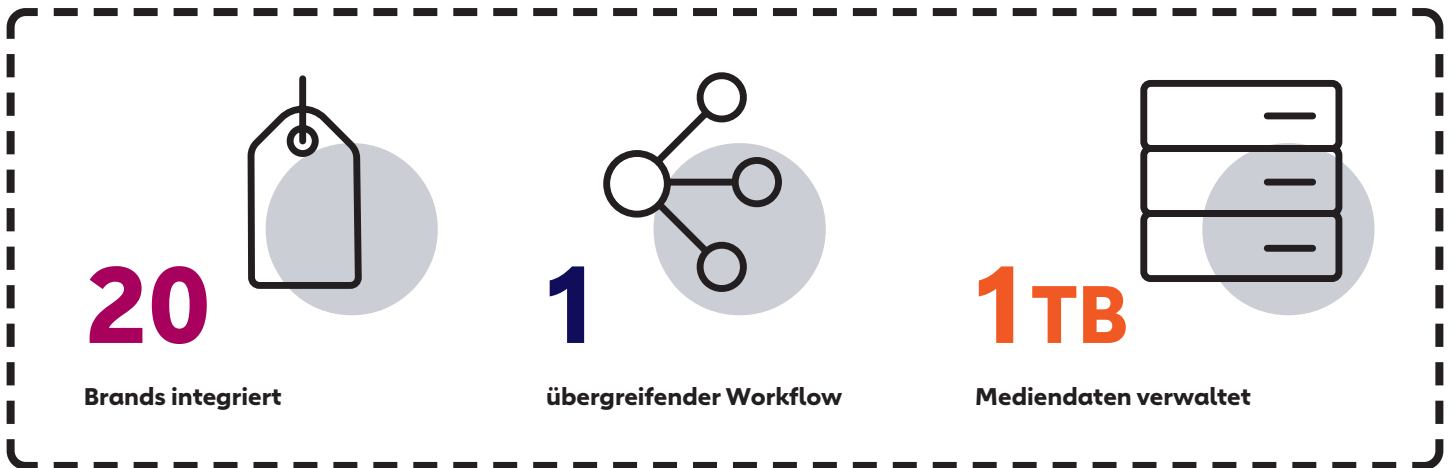
2. Integrierte Auftragsverwaltung

Noch im QA-Check können verschiedene Aufträge mit externen Partnern gestartet werden: Bei Bildbearbeitungsaufträgen wird der gesamte Auftrag über das System abgewickelt. Nachdem das Marketing das bearbeitete Bild akzeptiert hat, wird es im System ersetzt. Analog verhält es sich bei Übersetzungsaufträgen, nur dass dann der übersetzte Text als Variante am Original gespeichert wird. Für PDF-Dateien steuert ein Prüfauftrag mit Kommentaren die Erstellung von druckfertigen Layouts.



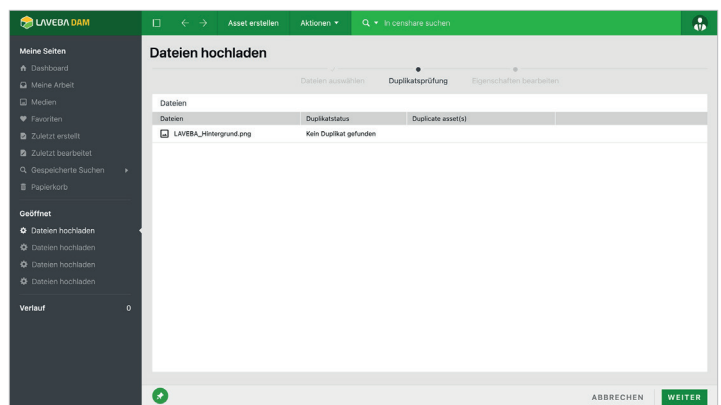
« Mit der Implementierung von censhare konnte wir die Effizienz in der Organisation steigern und die Basis legen für zukünftige nächste Schritte in der Marketing-Automatisierung. »

Gabriel Gübeli, LAVEBA Genossenschaft
Leiter Unternehmenskommunikation & Marketing



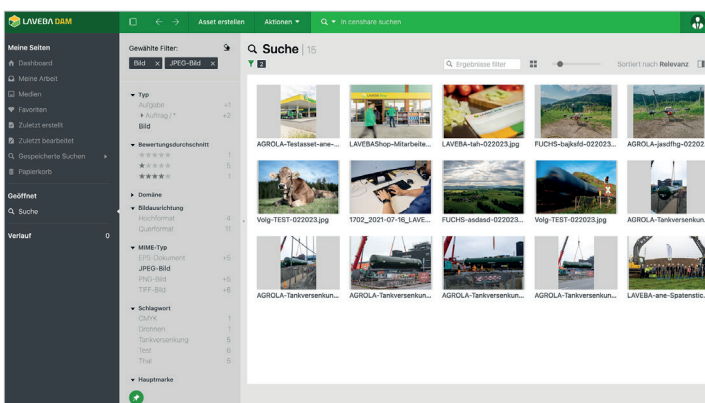
3. Freigabe

Hier werden alle Dateien durch das Marketing endgültig geprüft, bevor sie in der Kommunikation genutzt werden. Eine Datei kann freigegeben werden oder zurück zum QA-Check gehen, sie kann aber auch direkt gelöscht oder archiviert werden. Alle Möglichkeiten sind im System als Aktion hinterlegt und werden mit einem Klick ausgeführt. Sind alle Validierungen erfolgreich, kann die Freigabe auch automatisch erfolgen, z. B. anhand eines geplanten Veröffentlichungstermins an der Datei.



4. Veröffentlichung

Ab diesem Quality Gate sind die Dateien für die User im System verfügbar und können in der Kommunikation genutzt werden. Dabei sorgen differenzierte Rollen und Rechte dafür, dass jeder User nur die Inhalte der Marken sieht, für die er zuständig ist. Digitale Dateien werden automatisch ins angebundene Headless Content Management veröffentlicht und genauso automatisch archiviert, wenn ihre Gültigkeit abgelaufen ist. Alle Dateien können von hier zurück in den QA-Check geschickt oder nach Ablauf archiviert werden.

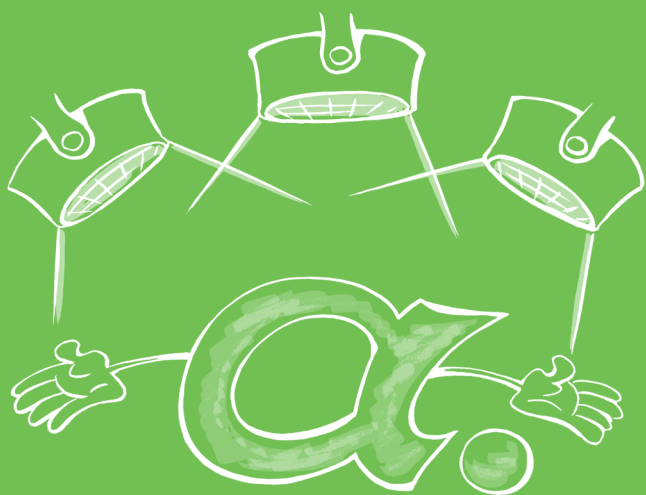


5. Archiv und Trash

Ein ausgeklügeltes Archivierungskonzept sorgt für Prozesssicherheit über einen langen Zeitraum: In einem Kurzzeit-Archiv (Hot Storage) werden Dateien gespeichert, die eventuell noch einmal zurück zum QA-Check gehen oder bei denen noch nicht klar ist, ob sie endgültig gespeichert oder gelöscht werden. Im Langzeit-Archiv (Cold Storage) landen alle Inhalte, die das Unternehmen langfristig bewahren will. Dateien im Trash hingegen werden für die Verwendung im System gesperrt und nach einem definierten Regelwerk automatisch physikalisch gelöscht.

Über LAVEBA

LAVEBA, der Genossenschaftsverband der Ostschweizer Landwirtschaft, vereint die führenden LANDI Genossenschaften und LANDI Aktiengesellschaften der Ostschweiz – in den Kantonen St. Gallen, beiden Appenzell (AI/AR), Glarus, im Fürstentum Liechtenstein, in Teilen des Thurgaus und Schwyz. LAVEBA ist ein modernes, genossenschaftlich organisiertes Handels- und Dienstleistungsunternehmen in den Bereichen Energie, Detailhandel, Agrar und Immobilien. Mit innovativen Leistungen für Haus, Hof und Gewerbe unter den Marken LAVEBA Shop, AGROLA, LANDI, UFA und weiteren, deckt LAVEBA vielseitige Bedürfnisse von Landwirten, Unternehmen, Organisationen und Privaten ab.



Über aclevion

Seit 15 Jahren bieten wir unseren Kunden digitale Lösungen für beste Customer und Product Experiences. Wir realisieren Content Hubs, Content Plattformen und PIM-Systeme und setzen auf führende Anwendungen, neueste Technologie und den besten Fit für Sie. Dabei hören wir Ihnen zu, bis wir Ihr Unternehmen mit allen Besonderheiten und Bedürfnissen wirklich verstehen. So entwickeln wir massgeschneiderte Lösungen die nicht nur passgenau sind, sondern auch nachhaltig. Für Migros, Geberit, Post, Die Mobilier. Und für Sie.

Erfahren Sie mehr auf [aclevion.com](https://www.aclevion.com)