

Stuttgart

Heiler Software AG
 Mittlerer Pfad 5
 D-70499 Stuttgart
 Tel.: +49-711-13 98 4-0
 Fax: +49-711-86 66 301
 E-Mail: info@heiler.com
 www.heiler.de

Hannover

Heiler Software AG
 Georgstraße 38
 D-30159 Hannover
 Tel.: +49-511-8071 141
 Fax: +49-511-8071 299
 E-Mail: info@heiler.com
 www.heiler.de

Detroit, USA

Heiler Software Corporation
 PENOBSCOT BUILDING
 645 Griswold, Suite 1888
 Detroit, Michigan 48226
 Tel.: +1-313-483-7100
 E-Mail: info@heiler.com
 www.heiler.com

Toronto, Canada

Heiler Software Corporation
 3 Hartnell Square
 Brampton, ON
 L6S 5W7, Canada
 Tel.: +1-647-299-6496
 E-Mail: info@heiler.com
 www.heiler.com



ENTERPRISE PRODUCT INFORMATION MANAGEMENT

Perfekte Produktdaten für Print- und Online-Kommunikation



ENTERPRISE PRODUCT INFORMATION MANAGEMENT



Sehr geehrte Damen und Herren,

Ihre Kunden erwarten heute immer größere Sortimente und ganz individuellen Service. Global agierende Unternehmen sind gefordert, alle Verkaufskanäle mit konsistenten Produktinformationen zu versorgen.

Unsere ganzheitlichen Lösungen sorgen dafür, alle Ihre Produktdaten in einer zentralen Datenquelle mit Drittsystemen zu synchronisieren und für sämtliche Kommunikationskanäle aufzubereiten. Vom Web-Shop bis zum Procurement-System, vom gedruckten Katalog bis zu Online-Marktplätzen. Jederzeit, an jedem Ort und in perfekter Qualität.

Wir sind davon überzeugt, dass Sie ausschließlich mit akkuraten und aktuellen Produktinformationen Ihre Produkte erfolgreich verkaufen.

In dieser Broschüre wollen wir Ihnen einen Einblick in typische Lösungsszenarien geben. Sie stellen das Ergebnis einer jahrelangen Zusammenarbeit mit namhaften internationalen Kunden dar.

Ihr
Rolf J. Heiler, CEO

INHALTSVERZEICHNIS

BINDUNG VON GROSSKUNDEN
mit individuellen elektronischen Katalogen 6

UP-SELLING POTENZIALE
im Vertriebsinnendienst optimal nutzen 7 – 9

MERGERS & ACQUISITIONS
Datenkonsolidierung großer Sortimente im Handel 10

INTERNATIONALITÄT IST TRUMPF
Produktinformationen zentral pflegen und global verwenden 11 – 13

PRINT PUBLISHING
Gedruckte Kataloge auf Knopfdruck 14 – 15

HÖHERE MARGEN IM E-COMMERCE
durch Long Tail im Groß- und Versandhandel 16 – 17

EIN BILD SAGT MEHR ALS 1000 WORTE
Visualisierung als Verkaufsargument 18 – 19

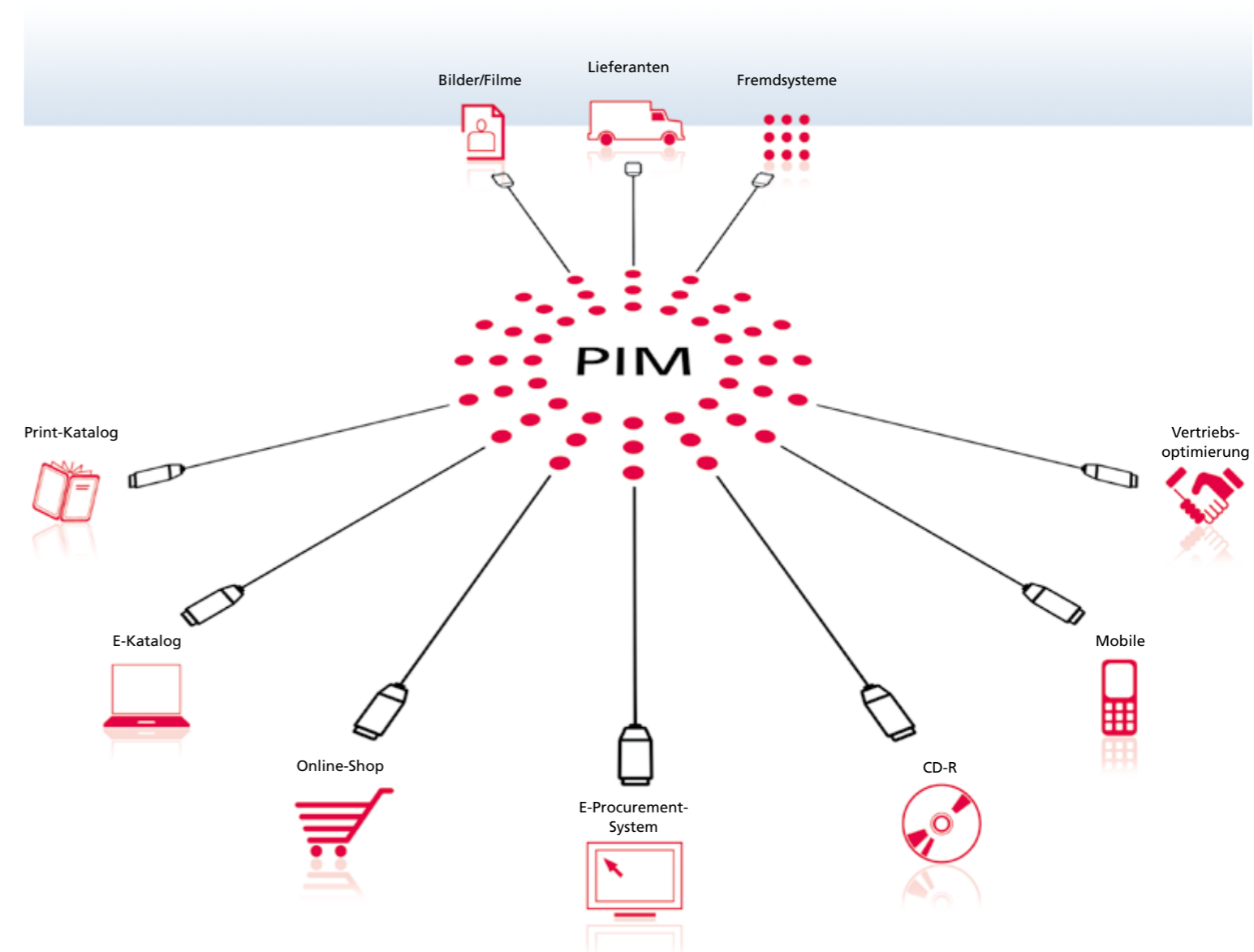
KUNDEN
Führende Unternehmen setzen auf Heiler Software 20 – 21

HEILER SOFTWARE
Rund ums Enterprise Product Information Management 22

PRODUCT INFORMATION MANAGEMENT SOFTWARE
für Print-Kataloge, E-Kataloge und Online-Shops 23

PRODUCT INFORMATION MANAGEMENT IM ÜBERBLICK

» Heiler Software steht für das Management und die Kommunikation von Produktdaten aus einer zentralen und kontrollierbaren Datenquelle. Großhandel und Versandhandel sowie Hersteller technischer Handelswaren können durch ein zentrales Product Information Management (PIM) die Produktivität und die Umsätze im Vertrieb und Marketing steigern.



BINDUNG VON GROSSKUNDEN DURCH INDIVIDUELLE ELEKTRONISCHE KATALOGE

» Top-Kunden erwarten aktuelle und akkurate Sortimente. Durch direkte Adressierung und gezieltes Cross-Selling kann der Absatz bei Großkunden erheblich gesteigert werden. Dafür sind perfekt abgestimmte Sortimente die Grundlage. Die Lösung ist die Bereitstellung kundenspezifischer Produktinformationen in einem zentralen Katalogsystem. Sogenannte Punchout-Kataloge mit leistungsstarker Suchfunktion integrieren sich direkt in die E-Procurement-Systeme der Kunden und stärken damit Markenauftritt und Kundenbindung.

Nicht alle Sortimente können in Form eines elektronischen Katalogs publiziert werden. Gründe dafür sind beispielsweise eine hohe Preisdynamik, kurze Produktlebenszyklen oder die Abhängigkeit von logistischen Gegebenheiten. Für diese Sortimente bietet sich die Integration über „Punchout-Szenarien“ an. Sie schaffen die Anbindung des Beschaffungssystems an das Shopsystem des Lieferanten. Durch etablierte technische Standards, wie die SAP-Schnittstelle „Open Catalog Interface“ (OCI), wird eine nahtlose Integration der beiden Systeme erreicht. „Punchout-Lösungen“ helfen den Endkunden durch eindeutige, lieferantenseitige Identifikation der Bestellpositionen, Schattensortimente zu reduzieren.

Gezieltes Cross-Selling stellt für beide Seiten einen großen Gewinn dar. Das liefernde Unternehmen kann den Absatz gezielt erhöhen, da es in idealer Weise auf die Kundenanforderungen eingehen und ergänzende Produkte – wie Zubehör oder Ersatzteile – direkt mitverkaufen kann. Das erhöht die Kundenbindung erheblich und ermöglicht die optimale Platzierung von Marken.

Das beschaffende Unternehmen erhält auf diese Weise ein perfekt abgestimmtes Produktsortiment mit den passenden Zusatzartikeln direkt aus einer Hand. Das vereinfacht und beschleunigt

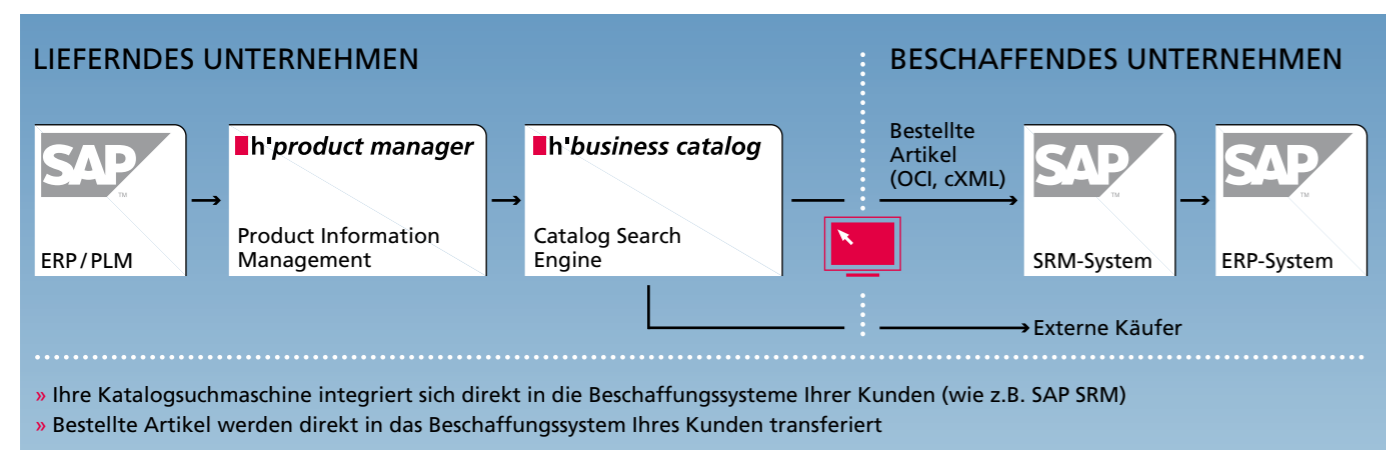
den Beschaffungsprozess und spart somit Prozesskosten. Um den Absatz bei Großkunden zu steuern und zu optimieren, benötigt der Vertrieb den direkten Anschluss an die Beschaffungssysteme seiner Klienten. Standardisierte Schnittstellen ermöglichen die einfache Einbindung des zentralen Katalogs in die Procurement-Systeme der Kunden.

DIE VORTEILE

- Reduzieren Sie Transaktionskosten, die durch den Datenaustausch von elektronischen Katalogen entstehen
- Steigern Sie Ihren Umsatz durch international verfügbare Punchout-Kataloge
- Stets aktuelle Produktinformationen
- Steigern Sie Ihren Umsatz durch gezieltes Cross-Selling
- Stärkere Kundenbindung durch bessere Datenqualität
- Ähnlichkeitssuche und Merkmalsuche zum Finden technischer Produkte
- Sellside-Funktionalität zur Erfassung von Lieferadressen
- Bestellhistorie für Nachvollziehbarkeit und schnelles Wiederbeschaffen
- Verfügbarkeitsprüfung und umfangreiches Reporting

Kunden: simrit, Sonepar, BR Papier Folien, Roche

PUNCHOUT-SZENARIO



UP-SELLING POTENZIALE IM VERTRIEBSINNEN-DIENST OPTIMAL NUTZEN

» Viele Handelshäuser klagen über zeitraubende Bestellabwicklungen, wenn Aufträge eingehen, die nicht über das Kernsortiment in SAP abgedeckt werden. In diesem Fall muss der Vertriebsinnendienst die Lieferantenkataloge aufwendig nach den gewünschten Artikeln durchforsten. Zentrale Plattformen für Product Information Management (PIM) verkürzen die Such- und Bestellprozesse um bis zu 80 Prozent, wie das Beispiel von HAHN+KOLB Werkzeuge zeigt.

Nicht selten braucht ein Mitarbeiter im Vertriebsinnendienst weit mehr als 15 Minuten, um ein bestelltes Produkt in den gedruckten und elektronischen Katalogen der Zulieferer ausfindig zu machen. Da der Vertriebsinnendienst ohnehin meist unter Zeitdruck steht, ergeben sich Folgeprobleme, die unter dem Stichwort „Schattensortimente“ heute durch viele Handelsunternehmen geistern.

Um Sonderbestellungen zügig im SAP-System erfassen und bearbeiten zu können, wird meist auf eine Artikelneuanlage verzichtet. Denn ein Mitarbeiter würde weitere 10 Minuten brauchen, wollte er alle dafür notwendigen Felder und Masken im SAP-System für die Materialwirtschaftslösung ausfüllen. Und auch die Kosten dafür wären beträchtlich: Für eine einzige Artikelstammanlage müssen Unternehmen mehr als 30 Euro veranschlagen.

Suche beginnt von vorne

Daher wickeln die meisten Betriebe die Sonderbestellungen mit Sammelartikelnummern, sogenannten Dummy-Nummern, in den ERP-Systemen ab. Darunter fallen Freitextbestellungen, die lediglich die Daten enthalten, die auf die einzelnen Bestellungen bezogen sind, zum Beispiel Artikelbeschreibungen oder Bestelltexte. Wird dasselbe Produkt erneut nachgefragt, kann

es daher nicht über die Artikelnummer oder den Lieferanten im SAP-System identifiziert werden – die Suche in den Lieferantenkatalogen beginnt von vorne.

Schattensortimente machen es den Unternehmen unmöglich, Sonderbestellungen systematisch auszuwerten und ihre Kernsortimente danach auszurichten. Werden Schattenartikel wiederholt von Kunden angefragt, würde es sich eigentlich anbieten, diese als Standardprodukte ins Kernsortiment zu übernehmen. Damit würden diese Produkte zum Beispiel auf Lager gehalten und den Interessenten bei Bedarf zügig ausgeliefert werden.

Erhöhung der Sortimentsabdeckung

Unternehmen können das Problem der Schattensortimente mit integrierten Lösungen zur Produktkommunikation lösen: Product Information Management (PIM)-Plattformen senken den immensen Zeit- und Kostenaufwand, der durch wiederkehrende Beschaffungen entsteht. Ein Beispiel dafür ist der Heiler Product Manager, der die zentrale Verwaltung von Produktinformationen ermöglicht, kombiniert mit dem Heiler Business Catalog. Dabei handelt es sich um ein Katalogsystem, das das Auffinden, Visualisieren, Vergleichen und Bestellen von Artikeln organisiert. In einem ersten Schritt ermöglicht die PIM-Plattform von Heiler Software die Erhöhung der Sortimentsabdeckung. Dazu werden



die potenziellen Lieferanten mit ihren Gesamtsortimenten ins zentrale PIM-Verwaltungssystem übernommen und über entsprechende Schnittstellen aktuell gehalten. Hierfür stehen spezielle Onboarding-Funktionen bereit.

Geht eine Sonderbestellung ein, kommt eine Suchmaschine zum Einsatz, die eine einzige Recherche-Umgebung für die Lieferanten- und sortimentsübergreifende Artikelsuche in der Produktdatenbank bietet. Damit ist es möglich, zwischen Produkten, Lieferanten und Preisen zu vergleichen und dem besten Angebot den Zuschlag zu geben.

Materialstamm automatisch angelegt

Um die Sonderbestellungen in der SAP-Materialwirtschaft abwickeln zu können, werden die Produktdaten und Lieferantenkonditionen direkt aus dem Gesamtkatalog eingespielt. Dabei wird automatisch eine Materialnummer in SAP angelegt und ein Prozess zur Materialstammanlage gestartet. Für eine nahtlose Integration der PIM- und SAP-Systeme sorgen etablierte technische Standards, wie die SAP-Schnittstelle „Open Catalog Interface“ (OCI). Da im Hintergrund entsprechende Preiskalkulationen ablaufen, können die bestellten Artikel zur Angebotserstellung direkt in die SAP-Vertriebslösung übernommen werden.

Umgekehrt kann aus SAP heraus der Heiler Business Catalog genutzt werden. Ist die Artikelneuanlage erfolgt, werden die Artikeldaten mit der internen SAP-Artikelnummer ins Katalogsystem zurückgespielt. Im Gegensatz zu Freitextbestellungen ist nun bei einer erneuten Anfrage sofort ersichtlich, ob dieser Artikel bereits bestellt und im SAP-System angelegt wurde.

Damit werden lange Suchzeiten in Lieferantenkatalogen und die wiederholte Anlage von Schattenartikeln im SAP-System verhindert. Die Identifizierbarkeit der Artikel ermöglicht eine genaue Auswertung der Bestellungen sowie der Einkaufs- und Verkaufspreise. Ein Unternehmen ist nun in der Lage, sein Kernsortiment kontinuierlich der Nachfrage anzupassen und zu prüfen, welche „Renner-Artikel“ sich anbieten, sich ins Lager zu legen.

HAHN+KOLB optimiert Bestellabwicklung

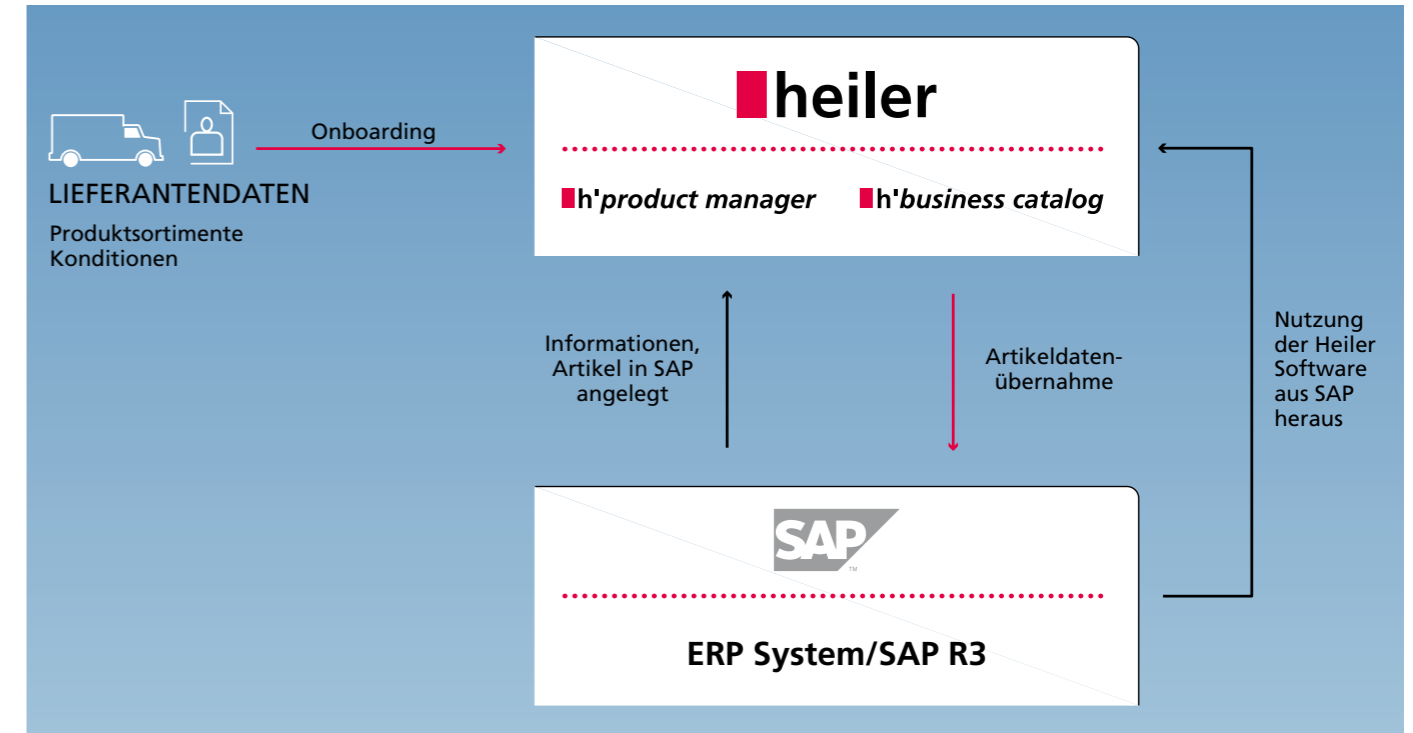
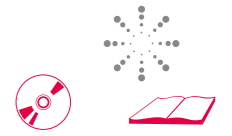
Ein Handelshaus, das seine Bestellabwicklung durch den Einsatz der PIM-Lösungssuite von Heiler Software erheblich verbessert und beschleunigt hat, ist HAHN+KOLB Werkzeuge. Das weltweit führende Vertriebsunternehmen für Werkzeuge und Maschinen hat im Jahr 2005 das Projekt „Vertrieboptimierung“ (VPO) gestartet. Dazu wurden unter anderem der Heiler Product Manager und der Heiler Business Catalog über zertifizierte Schnittstellen in die vorhandene SAP-Systemumgebung integriert.

Im Vertriebsinnendienst von HAHN+KOLB geht eine Anfrage ein. „Ich hätte gerne eine Gedore-Zange Form C 8000 J 1 aus Ihrem Katalog von Seite 278. Nur nicht in rot, bei uns ist in der Werkstatt alles in blau“, sagt der Kunde. Früher musste der Innendienst von HAHN+KOLB aufwendig die Kataloge der Zulieferer daraufhin durchforsten, ob diese Zange in blau überhaupt lieferbar war. Denn im SAP-System für die Materialwirtschaft wurde nur das aktive Kernsortiment gepflegt. Heute genügt es, eine Suchanfrage in der zentralen PIM-Lösung zu starten, in die zusätzlich ausgewählte Lieferanten-Komplettsortimente aufgenommen wurden. Bei manchen Zulieferern beträgt das Verhältnis zwischen SAP- und PIM-Sortiment 10:90 Prozent. Das heißt der weitaus größte Teil des Angebots musste in diesen Fällen als Sonderbestellung in Katalogen nachgeschlagen und unter einer Sammelnummer im ERP-System abgewickelt werden.

Suchanfragen direkt aus SAP

Das hat sich mit der PIM-Einführung grundlegend geändert – „Der entscheidende Vorteil ist, dass wir Suchanfragen für Artikel jetzt aus der SAP-Lösung starten können“, beschreibt HAHN+KOLB Werkzeuge das Szenario. „Wir springen von SAP aus direkt in die zentrale PIM-Datenbank und wählen in Sekundenschnelle den gesuchten Artikel aus.“ Im nächsten Schritt wird dieser Artikel automatisch in SAP angelegt und für den Einkauf weiterverarbeitet: Das Lieferantenprodukt im PIM- wird zum Materialstamm im SAP-System.

HAHN+KOLB Werkzeuge konnte damit die Zeiten erheblich senken, die die Suche nach bestellten Artikeln und die SAP-Stammdatenanlage früher beansprucht haben. So laufen die Bestellabwicklungen heute um bis zu 80 Prozent schneller als zuvor.



Eine zentrale Plattform für alle Produkte sorgt für Up-Selling und Cross-Selling im Vertriebsinnendienst

Bestellhistorie ist transparent

Darüber hinaus bringt der PIM-Einsatz Licht in die Bestellhistorie. Während die Artikel früher unter einer Sammelnummer konsolidiert wurden und bei wiederkehrenden Anfragen nicht mehr auffindbar waren, ist die Bestellhistorie heute vollkommen transparent. Durch Auswertungen der Heiler PIM-Lösung und des SAP-Systems kann HAHN+KOLB jederzeit nachvollziehen, welche Artikel besonders gefragt und damit wert sind, ins Kernsortiment aufgenommen zu werden. Damit steigt auch die Qualität des Kundenservices.

DIE VORTEILE

- Umsatz durch Up- und Cross-Selling steigern
- Alle Lieferantenkataloge im elektronischen Zugriff
- Automatische Ergänzung des Kernsortiments
- Reduktion der Suchzeiten für Sonderartikel durch fehlertolerante Multilieferantensuche
- Transparenz über verkaufte Sonderartikel
- Aktives Sortimentsmanagement
- Direkte Integration SAP R/3 SD

Kunden: HAHN+KOLB, Infracor

MERGERS & ACQUISITIONS: DATENKONSOLIDIERUNG GROSSER SORTIMENTE IM HANDEL

» *Firmenübernahmen bringen im Großhandel schnell ein Datenchaos mit sich. Der strategische Blick von Richter+Frenzel im Sanitärgrößhandel zeigt, wie ein komplettes Großhandelssortiment erfolgreich konsolidiert wurde. Für die Datenqualität sorgt die Integration eines Product Information Management Systems (PIM) von Heiler Software in die SAP-Landschaft.*

Über 37.000 Kunden versorgt Richter+Frenzel heute mit einem Sortiment von über 620.000 Artikeln. Die Produkte für Haustechnik oder Sanitärprodukte bezieht der Großhändler von fast 2.000 verschiedenen Lieferanten. Neben dem traditionellen gedruckten Katalog nutzen die B2B-Kunden Online-Shops oder eigene E-Procurement-Systeme zur Beschaffung der Sanitär-, Heizungs- und Klimaartikel. Diese wichtigen Verkaufskanäle muss der Händler täglich mit aktuellen Produktinformationen versorgen. Im Jahr 2003 beschrieb Klages seine Vision: Stammdatenpflege in nur einem zentralen System. Eine Massenpflege der Stammdaten war zwingend erforderlich. Beim Hosting-Dienstleister FIS betreibt Richter+Frenzel heute seine SAP-Lösung. Ganz speziell auf die Bedürfnisse im Großhandel zugeschnitten und seit Kurzem auch auf der SAP ERP Version 6.0.

Als zentrale Plattform für alle Artikeldaten dient das Product Information Management System (PIM) aus dem Hause Heiler Software. Das Unternehmen mit Sitz in Stuttgart und Detroit belegt in der aktuellen Studie von LN:Consulting den ersten Platz im deutschsprachigen Raum. Marktforschungsinstitut Gartner zählt Heiler weltweit zu den TopTen. Im Heiler Product Manager (Version 4.0) kalkuliert der Großhändler seine Einkaufspreise. Diese stammen direkt von den Lieferanten und werden im PIM errechnet. „Es entsteht ein Kostenrahmen. Wir nennen das Bildpreis“, erklärt Rainer Klages, der den Datenservice bei Richter+Frenzel leitet. Nächtliche Batch-Läufe übermitteln die Bestelldaten ins ERP-System. Dem Produktivsystem ist zur Sicherheit ein Testsystem vorgeschaltet. Nach erfolgreicher Prüfung werden die Artikeldaten ins Echtssystem übernommen. „Der nächste Schritt wird eine komplett automatisierte Integration der PIM-Daten in SAP sein“, blickt Klages in die Zukunft.

Gehen wir noch mal zwei Jahre zurück. Ein Richter+Frenzel Wettbewerber, die Schulte GmbH, hatte Anfang 2007 Insolvenz beantragt. Wenig später wurde Schulte von Richter+Frenzel übernommen. Zu Beginn des neuen Jahres stand die Übernahme des Schulte-Sortiments an. Beide bestehenden Sortimente mussten zusammengeführt werden. Zu 500.000 Artikeln auf Seite von Richter+Frenzel kamen

70.000 von Schulte die neu dazu angelegt werden mussten. Das Heiler Consulting hat dazu ein Drei-Stufen-Modell aufgestellt. In Phase eins wurden beide Artikelstämme einer einfachen Dublettenprüfung unterzogen. Dabei mussten auch die Lagerbestände identifiziert werden, um zu entscheiden, welche Artikel ins Sortiment übernommen werden müssen oder eventuell auf Grund der Lagersituation zu aufwendig wären. Zweiter Schritt im Data Glancing war die Festlegung wichtiger und vor allem hinreichender Prüfmerkmale. Werksnummer und Beschreibungstexte wurden einem automatischen Abgleich unterzogen. Um wirkliche Klarheit über das Sortiment zu bekommen, holte Weiss im dritten Schritt die Lieferanten ins Boot. Alle Schulte-Artikel wurden an die Lieferanten übersandt. Diese wurden mit einer Werksnummer versehen und zurückgegeben. Damit war der Vergleich mit R+F-Nummern recht einfach.

„Noch vor etwa vier Jahren erhielten wir von unseren Lieferanten Datenträger mit Sortimenten als Datenorm – aber in der Hauptsache gedruckte Preislisten“, berichtet Rainer Klages. Diese wurden importiert und manuell angereichert. Die Bestückung der Online-Shops und der Print-Kataloge konnte damit aber noch lange nicht gedeckt werden. „Wir pflegten manuell verschiedene Sortimente, je nach Verkaufskanal“ räumt Rainer Klages ein. Bilddaten waren ausschließlich im Print-Katalog enthalten und nicht für andere Kanäle verfügbar.

Sämtliche Preislisten, die Web-Shops und Kataloge werden heute auf Basis des Heiler Product Manager erzeugt. SAP ist und bleibt das zentrale Warenwirtschaftssystem. „Die SAP-kompatible Lösung ermöglicht langfristig eine lückenlose Extraktion und Transformation der Produktinformationen sowie die Integration der Geschäftsprozesse in unsere bestehende ERP-Umgebung“, begründet Rainer Klages die Entscheidung für Heiler.

KUNDENNUTZEN

- Übernahme und Qualitätsprüfung von Lieferantendaten
- Einfache Pflege und Verwaltung von Massendaten
- Nahtlose Integration in die SAP-Landschaft

Kunden: Richter+Frenzel, Hagemeyer, Rexel

INTERNATIONALITÄT IST TRUMPF: PRODUKTDATEN ZENTRAL PFLEGEN UND GLOBAL VERWENDEN

» *„We keep power under control“: Die Moeller Firmengruppe hat die Energieverteilungs- und Automatisierungsprozesse ihrer Kunden weltweit fest im Griff. Seit Kurzem sorgt der Heiler Product Manager dafür, dass auch die internationalen Produktsortimente gezielt gesteuert werden können. Die strategische Product Information Management-Plattform (PIM) vereinfacht den Zuschnitt der Artikeldaten auf die kulturellen, sprachlichen und marktspezifischen Anforderungen der einzelnen Länder.*

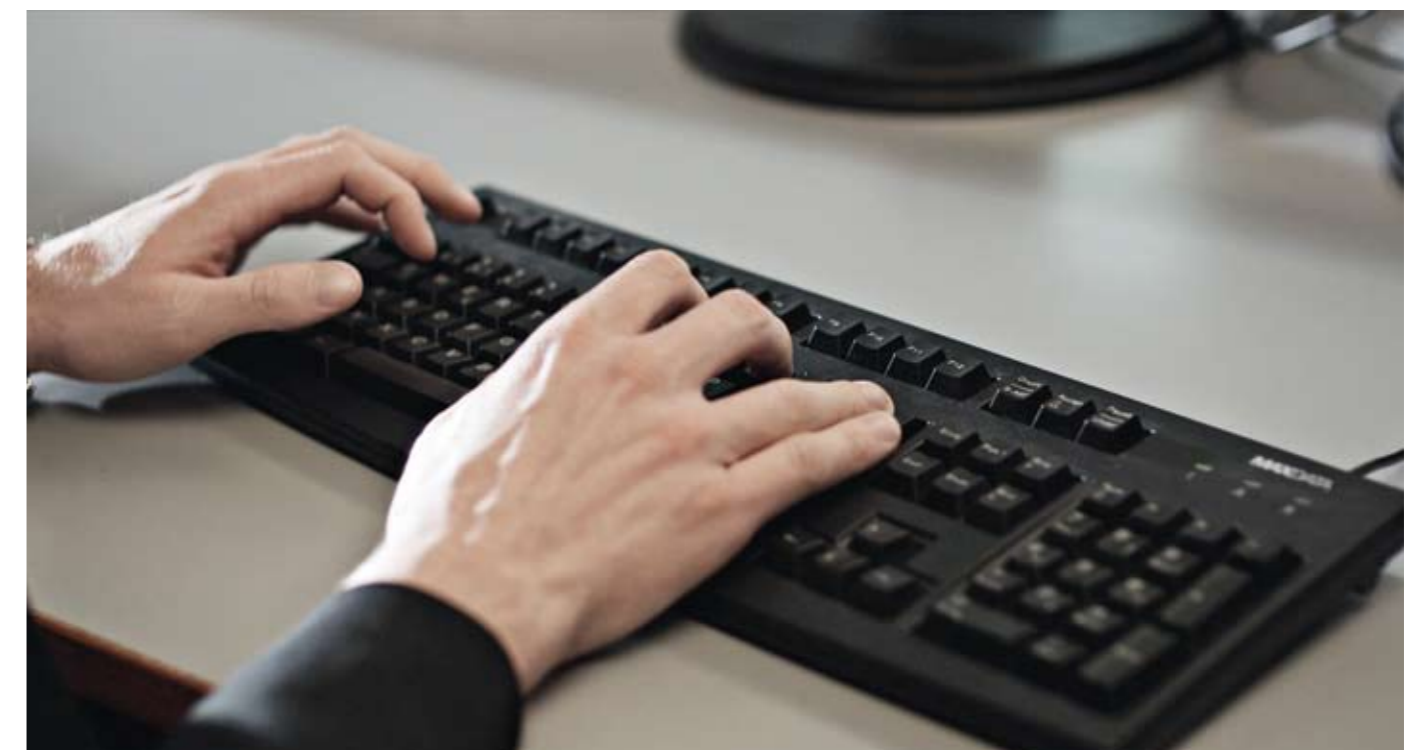
Ob Motorschutzschalter, Stahlblechgehäuse oder Steuerrelais: Jede elektrotechnische Komponente des Moeller-Portfolios ist durch eine Fülle marketing- und vertriebsrelevanter Produktinformationen gekennzeichnet. Dazu gehören kaufmännische, technische und grafische Daten, aber auch Langtexte für Produktbeschreibungen sowie Handbücher, Montageanweisungen und PDF-Dokumente. Darüber hinaus sind die Klassifizierungssysteme für die Nutzung der Produktinformationen in verschiedenen Ausgabemedien relevant: im Geschäftsverkehr beispielsweise, in E-Shops, Online-Katalogen, CAD-Systemen oder Konfigurationswerkzeugen.

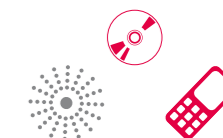
Daten in mehreren Systemen und Formaten

„Unsere herkömmlichen Verfahren zur Datenpflege und -verwaltung konnten die steigenden Ansprüche unserer Landesgesellschaften und internationalen Kunden an die Produktinformationen kaum mehr erfüllen“, blicken Peter Oel, Abteilungsleiter Master Data Services bei der Moeller GmbH,

und Gerhard Nagelmaier, Abteilungsleiter Stammdaten und Zeitwirtschaft bei der Moeller Gebäudeautomation GmbH, zurück. „Die Produktdaten waren in mehreren Systemen und Formaten gespeichert, was zu einer redundanten Bearbeitung führte. Obwohl für die Erstellung unserer internationalen Sortimente immer wichtiger, waren die Voraussetzungen für eine medienneutrale Datenhaltung nicht gegeben.“

Auf der Suche nach einem Partner für die zentrale Verwaltung der technischen Produktdaten entschied sich Moeller für Heiler Software. Der Heiler Product Manager erfüllt alle Anforderungen des Unternehmens an Funktionalität, Schnittstellen-Standards, Durchgängigkeit und Workflow. So kann die PIM-Plattform von Heiler Software aufgrund ihrer SAP-Zertifizierung problemlos in die vorhandene SAP R/3-Systemumgebung integriert werden. Darüber hinaus stehen spezielle Optionen wie die Übernahme von Materialklassen und die Pflege von Massendaten bereit.





Interne Prozesse neu gestaltet

Im Februar 2009 ging die neue PIM-Plattform nach einer rund sechsmonatigen Einführungsphase in Betrieb. Damit waren alle Ziele erreicht, die sich das Projektteam aus Moeller- und Heiler Software-Vertretern für das Initialvorhaben gesetzt hatte. „Für Moeller war es eine Herausforderung, die internen Prozesse so zu gestalten, dass aus den unterschiedlichen dezentralen Organisationseinheiten ein einziges zentrales System befüllt werden kann“, sagt Gerhard Nagelmaier. So werden die Basisprodukt-daten für die Artikel immer zuerst in einem der beiden SAP-Systeme angelegt und von dort aus über „nächtliche“ automatische Schnittstellen in die PIM-Plattform übertragen. Da hier auch die komplette Verwaltung der Klassifizierungssysteme wie eCI@ss und ETIM erfolgt, können unmittelbar nach Artikel-anlage die technischen Produktdaten aus den anderen Systemen zugeordnet werden.

Nach dem Produktivstart ist Moeller in der Lage, die Material-stammdaten, Klassifizierungssysteme und zugehörigen Merkmale der elektrotechnischen Komponenten in der zentralen Datenbank zu pflegen. Dort stehen diese den Landesgesell-schaften zur individuellen Bearbeitung zur Verfügung. Die Mit-arbeiter wählen sich die gewünschten Artikel und Produktdaten

aus und modifizieren diese nach ihren individuellen Wünschen und Anforderungen. Die dezentrale Pflege und Differenzierung der Produktinformationen führt zu Sortimenten, die den Beson-derheiten der internationalen Märkte Rechnung tragen.

Da die Heiler-Plattform Benutzeroberflächen für alle wichtigen Sprachen und Währungen bietet, können bereits vorhandene Produktinformationen auch problemlos zwischen den Data Ser-vices der einzelnen Landesgesellschaften ausgetauscht werden.

Erste positive Rückmeldungen

Obwohl erst kurze Zeit im Einsatz, hat die neue PIM-Plattform die Moeller-Anwender bereits überzeugt. Derzeit arbeiten rund 30 Produkt- und Stammdaten-Manager in Deutschland und Österreich mit dem System. „Sehr positiv ist die Rückmeldung über die zentrale Verfügbarkeit der Daten zur dezentralen Pflege“, so Gerhard Nagelmaier. Außerdem werden die sehr effizienten Gruppierungsfunktionen und die einfache Filtermöglichkeit des neuen Systems gelobt – das waren die Anwender von den her-kömmlichen ERP-Anwendungen nicht gewohnt.

Für die Moeller Firmengruppe schlägt vor allem die erhebliche Zeit- und Kostenersparnis zu Buche, die eine zentrale Pflege und



Wartung der Daten gegenüber dezentralen Subsystemen ermög-licht. Redundante Datenbearbeitungen gehören der Vergan-genheit an. „Darüber hinaus sind die Aktualität und Qualität unserer Produktstammdaten wesentlich gestiegen“, zieht Peter Oel eine erste Bilanz. „Wir sind sicher, für die wachsenden Anforderungen an unsere internationalen Sortimente gut gerüstet zu sein.“

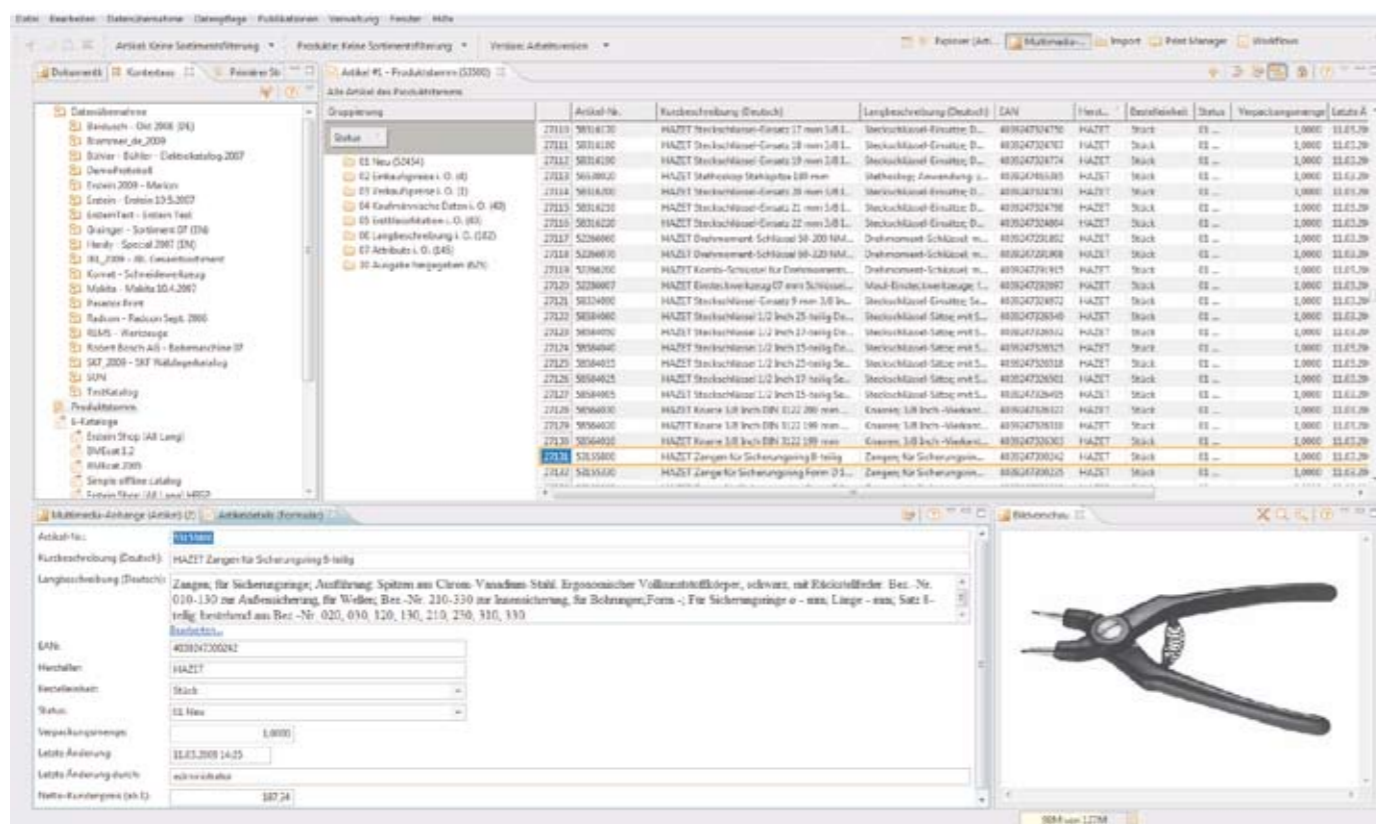
Weltweites Produktsortiment im Visier

In einem nächsten Schritt ist die Ausdehnung des Heiler-Einsatzes auf weitere Anwender und Abteilungen geplant: Ziel ist es, das komplette weltweite Moeller-Sortiment in der neuen PIM-Plattform verfügbar zu machen. Darüber hinaus werden alle Anforderungen, die die Nutzer an technische Produktdaten haben, künftig direkt im zentralen PIM-System hinterlegt. So können die Anwender gezielt auf die Artikelinformationen zugreifen, die sie speziell für Konfigurationstools, Vertriebsbroschüren oder E-Shops benötigen. In der Endstufe sollen rund 160 Beschäftigte der Moeller Firmen-gruppe mit der PIM-Plattform von Heiler Software arbeiten.

DIE VORTEILE

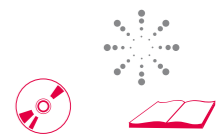
- Zentrale Verfügbarkeit der Daten zur dezentralen Pflege
- Höchste Aktualität und Qualität der Produktstammdaten
- Problemlose Kommunikation zwischen den Landes-gesellschaften
- Abdeckung von Klassifizierungssystemen wie eCI@ss und ETIM
- Nahtlose SAP-Integration
- Ausgabe in E-Shops, Online-Katalogen, CAD-Systemen oder Konfigurationswerkzeuge

Kunden: Moeller, Leuze Electronics



Zentrale Produktdatenpflege im Heiler Product Manager: Artikel mit Merkmalen und Klassifikationen.

PRINT PUBLISHING: GEDRUCKTE KATALOGE AUF KNOPFDRUCK



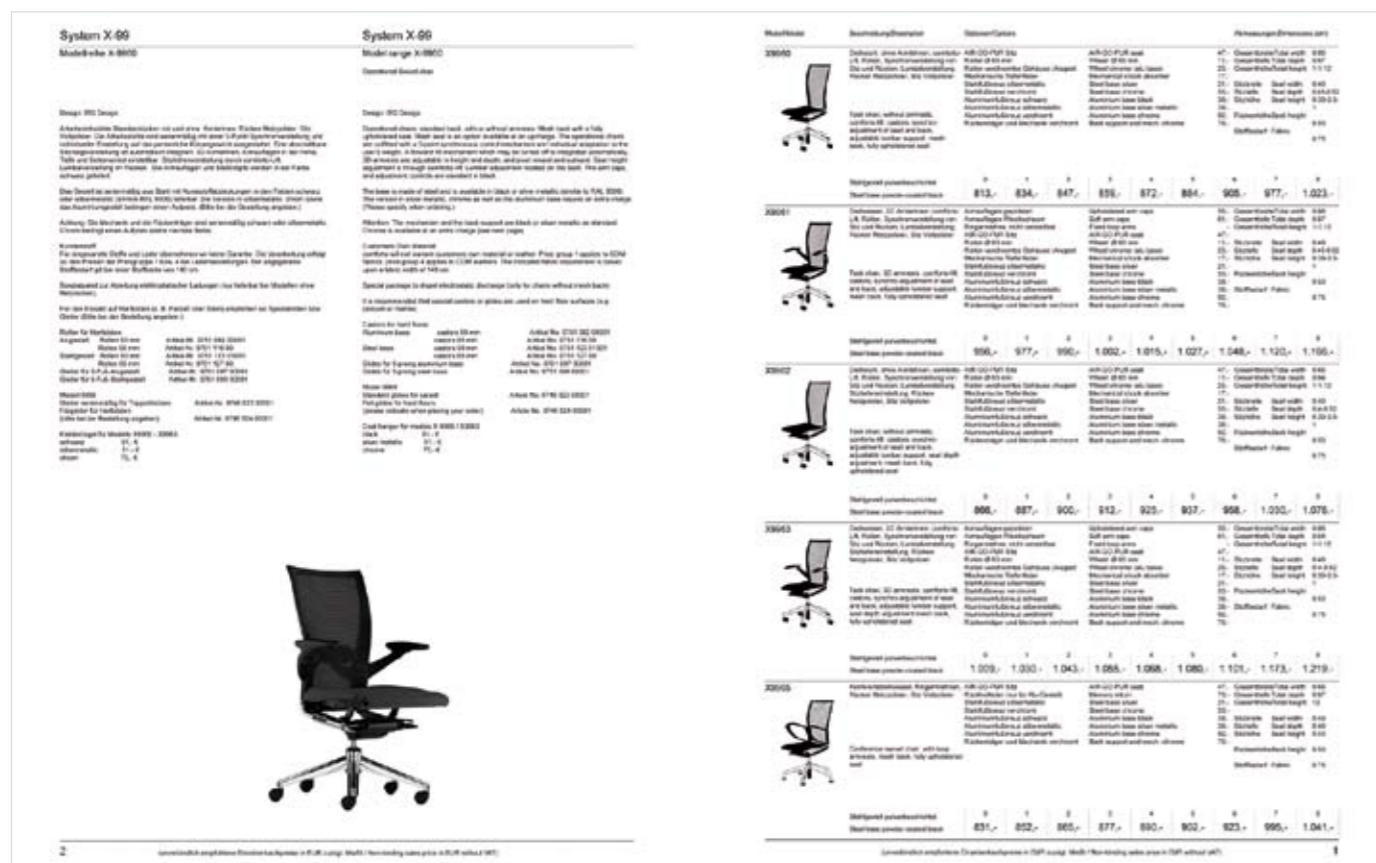
» Mehrere Hundert Seiten, Tausende von Artikeln: Preislisten und strukturierte Ersatzteilkataloge – oft in verschiedenen Sprachen – sind wichtige Verkaufsinstrumente in der Industrie und im technischen Großhandel, also in der B2B Kommunikation. Hier ist der kontrovers diskutierte Katalog auf Knopfdruck möglich, wenn die Datenqualität stimmt. Knapp die Hälfte aller deutschen Unternehmen verfügt über eine schlechte Datenqualität, so eine aktuelle Studie. Ein professionelles Product Information Management (PIM)-System ist eine wesentliche Voraussetzung für den automatisierten Katalog.

Wenn dieser mit nur wenigen unterschiedlichen Seitenlayouts auskommt und sich die Gestaltung am Textfluss orientiert, ist im Idealfall eine 100%ige Automatisierung möglich. Jede Version des Katalogs – ob Saison- oder Sprachversion – wird aus dem PIM-System heraus mit aktuellen Produktdaten generiert. Je nach Märkten und Zielgruppen können kundenspezifische Inhalte wie Warengruppen oder Preise sowie Sprachen verwendet werden. Tabellen, Indizes und Inhaltsverzeichnisse werden automatisch aktualisiert. Als Vorschau dient eine WYSIWYG Preview, bevor die Ausleitung in Desktop Publishing-Anwendungen wie Adobe InDesign, QuarkXPress

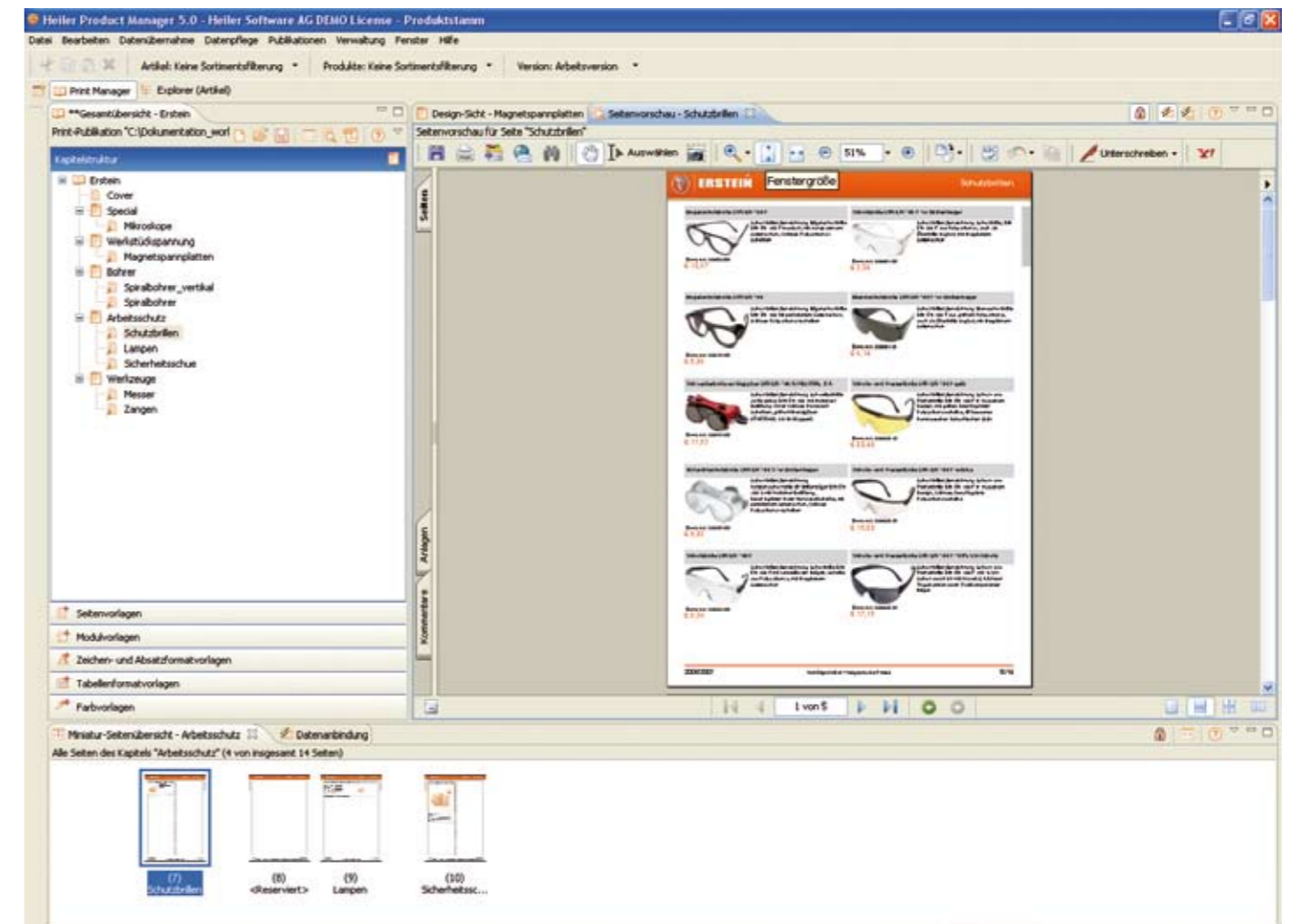
und FrameMaker erfolgt. Ein wesentlicher Vorteil dieser Publikationen liegt im flexiblen Änderungsmanagement im PIM-System und den jederzeit realisierbaren Updatemöglichkeiten bestehender Dokumente.

So funktioniert der Prozess:

1. Layout und Templates gestalten
2. Datenfelder und Regeln hinterlegen
3. Daten anbinden
4. Publikation generieren



Der internationale Büromöbelhersteller Haworth verwendet in seinem Katalog hoch automatisierte Tabellen sowie Verweise auf Zubehör. In zwei Sprachen wird der Katalog mit dem Heiler Print Manager zu 100 % automatisch generiert.



Im Heiler Print Manager werden Seitentemplates mit Vorlagen aus Text- und Bild-Rahmen aufgebaut. Die Ausgabe erfolgt in PDF oder Adobe InDesign.

Von Kreation bis Automation – Heiler Software bietet für jeden Prozess die passende Lösung

Die Broschüre behandelt unterschiedliche Publikationsszenarien und zeigt verschiedene Typen von Werbemitteln auf, die dennoch eines gemeinsam haben: Sie benötigen aktuelle und vollständige Produktinformationen wie Preise, Bestellnummern, Lieferzeiten, Bilder, unterschiedliche Marketingtexte und vieles mehr.

Interessiert an weiteren Print Publishing Lösungen?

KUNDENNUTZEN

- Unterstützung globaler, mehrsprachiger Publikationsprozesse
- Gleichzeitiges Erscheinen in verschiedenen Lokationen
- Höchstmaß an Aktualität
- Kostenersparnis durch Automatisierung
- Personalisierte Publikationen
- Wiederverwendbarkeit von Publikationen
- Unabhängigkeit von Dienstleistern

Kunden: Haworth, Blanco, Richter+Frenzel, Bauerfeind, Eugen Trost, Elektroskandia, simrit u.v.m.

HÖHERE MARGEN IM E-COMMERCE DURCH LONG TAIL IM GROSS- UND VERSANDHANDEL

» Händler müssen heute immer breitere Sortimente im Internet anbieten, und nur der Verkauf margenträchtiger Produkte für die einzelnen Zielgruppen erhöht den Profit. Die Theorie des sog. „Long Tail“ verspricht hohe Umsätze durch den Verkauf von Nischenprodukten in bisher nicht erreichten Stückzahlen. Doch das Führen eines solchen Sortiments scheint zunächst aufwendig und kostspielig, ermöglicht aber hohe Gewinnmargen. Für diese Herausforderung kooperiert Heiler Software mit international führenden Anbietern innovativer E-Commerce-Lösungen, wie Intershop oder ATG. Der Heiler Product Manager ist die ideale Plattform für das Datenmanagement von Online-Shop-Systemen.

Das Management großer Datenmengen gewinnt im Versand- und Großhandel daher immer mehr an Bedeutung – gerade im Hinblick auf die Entwicklungen im E-Commerce. Der Vertrieb über mehrere Kanäle wird wichtiger – egal, ob für B2C- oder B2B-fokussierte Unternehmen. Ein zielgerichteter Vertrieb über verschiedene Kanäle wie Online-Shops, Printkataloge und den Point of Sale eröffnet neue Zielgruppen und erhöht die Wahrnehmung im Markt. Ein Großteil der internationalen Unternehmen wird in Zukunft in einen Multi-Channel-Vertrieb investieren.

Neben diesen vermarktungsorientierten Themen stellen die zum Kauf angebotenen Waren für die Händler einen Schwerpunkt ihrer Positionierung dar. Die Sortimentspolitik ist gerade im Handel einer großen Veränderung unterworfen. Früher bedeutete Category-Management immer, limitierten Platz im Lager zu haben. Im Print-Katalog stand nur eine bestimmte Anzahl von Seiten zur Verfügung. Auch in der Logistik gab es Restriktionen. Viele Unternehmen mussten sich in der Vergangenheit bei ihren Sortimenten erheblich einschränken. Meistens wurden zum Bei-

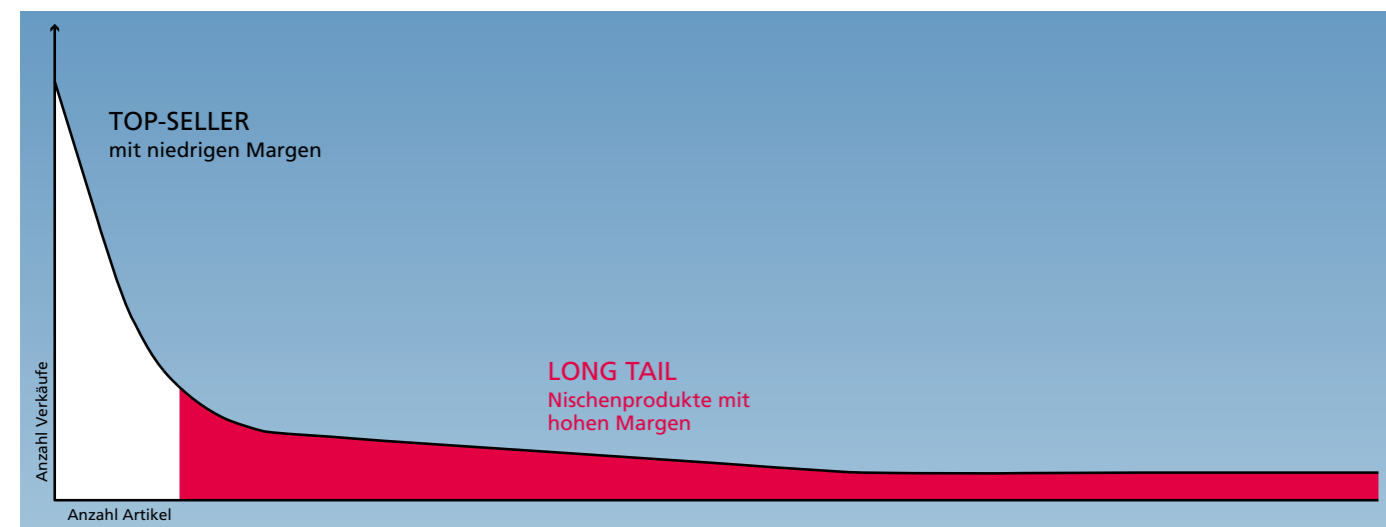
spiel nur bestimmte Marken geführt, oder es wurde eine Segmentierung der Warengruppen und Zielgruppen vorgenommen. In einem Print-Katalog gibt es kaum Alternativen, Online-Shops aber haben diese Limitierung nicht. Auch der Werkzeuggroßhändler der Würth-Gruppe, HAHN+KOLB, will diesen Vorteil nutzen. „Wir führen ein Sortiment von über 40.000 Artikeln. Unsere Kunden erwarten über E-Business aber Werkzeuge in mehreren Millionen Varianten“, sagt Geschäftsführer Gerhard Heilemann.

Der Long Tail – Gewinn mit vielen Nischenprodukten

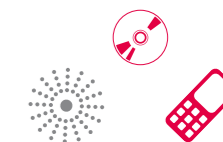
Im stationären Handel muss das Angebot aufgrund der begrenzten Verkaufsflächen eng an der Nachfrage orientiert aufgebaut werden. Man achtet dabei also vor allem auf die Nachfrage der Masse, während alles, was nicht profitabel genug ist, häufig außen vor bleiben muss. Nicht verkauft werden dabei ziemlich viele Produkte – und genau das ist der „Long Tail“.

Das Diagramm in Anlehnung an Chris Anderson zeigt eine lange zum Nullpunkt auslaufende Absatzkurve. Links stehen die

MIT PIM WERDEN GROSSE MENGEN AN NISCHENPRODUKTEN VERKAUFT



Mit PIM werden im E-Commerce große Mengen an Nischenprodukten verkauft – und das bei höheren Margen.



Mit dem Heiler Product Manager als zentraler Drehscheibe für alle Produktinformationen können führende Shop-Systeme per Schnittstelle mit aktuellen Daten topaktuell versorgt werden. In allen Sprachen und Währungen – ob B2C oder B2B.

sogenannten Schnelldreher, die häufig nachgefragt werden – die Kurve ist hoch und schmal. Rechts schließt sich der lange, immer dünner werdende Long Tail der vielen selten nachgefragten Artikel an. Wenn man die Margen betrachtet, hat diese Verteilung natürlich ebenfalls eine interessante Bedeutung. Nischenprodukte erzielen oft wesentlich höhere Margen als Top-Seller. Das heißt also, dass Händler nur aufgrund beschränkter Lagerfläche, beschränkter Seitenanzahl in einem Print-Katalog oder wegen limitierter IT-Systeme auf viele margenträchtige Produkte verzichten mussten. Die Sortimente sind oftmals deswegen beschränkt, weil die Produktdaten nicht effizient gepflegt werden können. Mit einem Product Information Management (PIM)-System haben Händler die Möglichkeit, extrem große Sortimente aufzubauen und zu verwalten. Und das ohne steigende Kosten für die Erweiterung des Sortiments. Mit der richtigen E-Commerce-Strategie werden neue Kundengruppen erreicht und wesentlich höhere Margen erzielt.

Statt Produktdaten in verschiedenen Systemen wie ERP, Online-Shop, Lagerverwaltung und Mediendatenbank zu pflegen, stellt der Heiler Product Manager die zentrale Plattform für alle Produktinformationen dar. Sie kann B2B- und B2C-Shops versorgen, auch mit kundenspezifischen Sortimenten.

Der Händler schafft mit PIM somit erstmals einen durchgängigen Prozess: Lieferanten stellen ihre Sortimente elektronisch zur Verfügung. Diese Daten werden geprüft und zentral abgelegt. Dann erfolgt die Strukturierung und Aufbereitung für die

Präsentation im Online-Business. Perfekte und größte Sortimente erreichen Groß- und Versandhändler, wenn sie ihre Kunden in den Prozess einbinden. Gefragte Nischenartikel sind den Händlern oft nicht bekannt. Sie werden zwar auf Anfrage der Kunden beschafft und geliefert, landen aber noch zu selten im Sortiment. Die Rezensionen, Bewertungen und Anfragen der Kunden können dazu beitragen, die Sortimente optimal zu erweitern. Neue Artikel werden dann über das PIM auch sofort im Online-Shop angeboten. Über Verknüpfungen zu Warengruppen, Ersatzteilen und Zubehör können Händler Up-Selling und Cross-Selling Potenziale besser nutzen. Hinweise wie „Kunden die dieses Produkt gekauft haben, kauften auch“ helfen, das E-Business mit Nischenprodukten zu optimieren und die Verkaufszahlen zu multiplizieren.

Der Kunde erhält somit bei seinem Händler alles, was er benötigt, und wird zum Stammkunden. Er hat das Gefühl, ganz nach seinen Vorlieben und Bedürfnissen bedient und betreut zu werden. Jeder Kunde wird beim Einloggen oder je nach Suchbegriffen mit Produktempfehlungen versorgt, die auf seinen Geschmack oder seine Anforderungen zugeschnitten sind. In einer dmc-Umfrage gaben 44,8 Prozent der Befragten an, dass sie die Qualität der Produktdaten als Begeisterungsfaktor für den Erfolg in einem Online-Shop ansehen. Erfolgreicher E-Commerce braucht gute Produktdaten, auf diese einfache Formel lässt sich der entscheidende Erfolgsfaktor im E-Commerce bringen. Die User erwarten in ihrem bevorzugten Online-Shop eine sehr hohe Qualität und Ausführlichkeit von Produktdaten.

EIN BILD SAGT MEHR ALS 1000 WORTE – VISUALISIERUNG ALS VERKAUFSARGUMENT

» Käufer im Internet legen sowohl bei technischen als auch bei Consumer-Produkten großen Wert auf die Produktdarstellung und akkurate Produktinformationen. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Online-Studie der Heiler Software Partners, dmc digital media center GmbH. Auch in gedruckten Werbemitteln sagen Bilder mehr als 1000 Worte. Ein professionelles Media Asset Management ist daher in der Produktkommunikation nicht mehr wegzudenken – für print und online.

Das Auge kauft mit. Deshalb sind gute Produktbilder wichtig für den Erfolg eines Online-Shops. Wenn es um B2C-Artikel wie Mode geht, sind für rund zwei Drittel der Kunden Produktbilder und umfassende Produktbeschreibungen der wichtigste Kaufindikator. Jeder Dritte will weitere Bilder sehen. Und für jeden Zweiten ist entscheidend, ob sich dieses auch zoomen lässt. Darüber hinaus möchten viele User das Produkt in verschiedenen Farben anschauen können. Auch Videos und Produktfilme gewinnen in der Onlinekommunikation immer mehr an Bedeutung.

Um Produkte im Multi Channel Marketing perfekt bebildern zu können, müssen viele Details dazu gepflegt und automatisiert werden. Führende Unternehmen setzen daher auf eine zentrale Verwaltung ihrer Bild- und Mediendaten, um diese in verschiedenen Kanälen effizient zu verwenden. Bilder, Grafiken und Videos werden je nach Verkaufskanal in unterschiedlichen Dateiformaten und Auflösungen benötigt.

Umrechnungen in die gewünschten Formate steuert der Heiler Media Manager nach definiertem Workflow automatisch, das spart Zeit im Marketing. Auch das Suchen nach bestimmten Abbildungen oder Dokumenten wird durch eine zentrale Plattform, die über das Internet von überall weltweit bedient werden kann, zum Kinderspiel. Neben Bildern und Videos von Artikeln im Webshop werden Produktbilder in verschiedensten gedruckten Medien eingesetzt. Der Heiler Media Manager führt hierzu den Verwendungsnachweis und steuert die Ausgabe in verschiedene Dokumente: von Office-Anwendungen bis zu Layoutprogrammen wie Adobe InDesign oder PDF. Ob Katalog, Flyer, Anzeige, Broschüre, Präsentation oder Datenblatt.

Über 40 % aller Produktbilder werden in Unternehmen nicht mehr gefunden oder mehrfach erstellt. Die Suche nach Bildern oder Produktvideos nimmt viel Zeit in Anspruch und bleibt dennoch oft ohne Erfolg. Das verschlingt wertvolle Ressourcen. Bilder, Grafiken, Dokumente, Sounds und Videos werden im

71,2 %
der befragten Kunden ...

... sind ein oder gar mehrere Produktbilder wichtig, um sich beim Online-Einkauf für diesen Modeartikel entscheiden zu können.



Dateiname	ID	Änderungen	Umrechnungen
3_104807.jpg	D0800240240	Nein	Keine Formatänderung
Autospin_24146.jpg	D0800240240	Nein	Keine Formatänderung
DSON0186.jpg	D08002402410	Nein	Keine Formatänderung
Erstein blau.psd	D08002402411	Nein	Keine Formatänderung
Erstein grün.psd	D08002402412	Nein	Keine Formatänderung

Bilder, Grafiken, Dokumente, Sounds und Videos werden im Heiler Media Manager medienneutral verwaltet und für den gewünschten Publikationskanal bereitgestellt – ob gedruckt oder im E-Business.

Heiler Media Manager medienneutral verwaltet, damit sie schnell gefunden und bei Bedarf automatisiert für den gewünschten Publikationskanal bereitgestellt werden können.

Neben der nahtlosen Integration in den Heiler Product Manager verfügt das System auch über Module zur Katalogplanung und zur Lokalisierung von Werbemitteln über das Internet. Druckvorlagen wie Prospekte, Kataloge, Plakate, Flyer oder Anzeigen können mit der Web-to-Print Funktion kunden- oder landesspezifisch ausgerichtet werden. Erfahren Sie mehr über den Heiler Media Manager und fordern Sie das ausführliche Datenblatt an – mit allen Funktionen und Modulen.

VORTEILE

- Reduktion des Kommunikations- und Rechercheaufwands
- Entlastung im Marketing und Produktmanagement
- Aktualität und Qualität der Information ist sichergestellt
- Bilder werden automatisch bedarfsgerecht bereitgestellt
- Corporate Design sichern und Kosten senken
- Globaler Zugriff und kollaboratives Arbeiten via Internet rund um die Uhr

FÜHRENDE UNTERNEHMEN SETZEN AUF HEILER SOFTWARE



Gerhard Heilemann
Geschäftsführer

„Mit der PIM-Lösung von Heiler Software haben wir uns für die führende Anwendung im Markt entschieden. Durch die Anbindung an das vorhandene SAP-System können wir unsere internen Vertriebsprozesse nachhaltig verbessern.“



Rainer Klages
Leiter Datenservice

„Mit dem Heiler Product Manager haben wir die Aufnahme, Erweiterung und Ausgabe der Produktinformationen in Printkatalogen, Webshops und den E-Procurement-Systemen unserer Kunden stark vereinfacht und beschleunigt. Ein weiteres Plus ist die Standardschnittstelle zu unserem SAP-System.“



Dr. Peter Bielert
Prokurist

„Um unsere führende Position als Handelshaus für Verbindungs- und Befestigungstechnik in Europa weiter auszubauen, ist es wichtig, unsere Produktdaten flexibel, schnell und kundenspezifisch bereitstellen zu können. Der Heiler Product Manager spielt dabei eine wesentliche Rolle.“



Christophe Meyer
Project Manager simrit Online

„Wir waren auf der Suche nach einer Lösung für Print- und Online-Publikationen. Wir sind heute in der Lage, alle unsere Produktinformationen effizienter und schneller am Markt zu kommunizieren.“



Karen Kruger
CIO

„Der Heiler Product Manager ist das beste Produkt am Markt. Wir nutzen die Heiler-Lösung heute für unsere Vertriebskanäle in Schweden, Norwegen und Deutschland.“



Jörg Borgardt
Leiter Produktdatenmanagement

„Der Heiler Product Manager verschafft uns deutliche Wettbewerbsvorteile. Außerdem erfüllen wir schon heute zwingende Marktanforderungen von morgen.“



Patrick O'Keeffe
CIO

„Die Heiler-Lösung erspart uns einen erheblichen Zeit- und Kostenaufwand und trägt zur Steigerung der Qualität unserer Vertriebs- und Produktdaten bei.“



Jens Nord
Werbekoordination

„Der Heiler Media Manager verringert die Vorbereitungszeit von Marketingkampagnen und die Transaktionskosten enorm.“



HEILER SOFTWARE – RUND UMS ENTERPRISE PRODUCT INFORMATION MANAGEMENT

h'product manager

Zentrale Verwaltung aller Produktdaten

Der Heiler Product Manager ist die führende Softwarelösung für Product Information Management und Produktkommunikation im Handel und in der Industrie. Die Produktsuite umfasst Datenintegration, -pflege und Workflowmanagement sowie Datenexport. Als zentrale Plattform sorgt der Heiler Product Manager für akkurate Produktdaten in jeder Sprache, an jedem Ort und zu jeder Zeit.

h'print manager

Gedruckte Kataloge schnell und in höchster Qualität

Der Heiler Print Manager dient der Erstellung von Printkatalogen und gewährleistet dabei eine übergreifende Integration von Produktdaten und Layouts. Der Heiler Print Manager bietet Ihnen die einfache und flexible Erzeugung von Produktkatalogen, Flyern, Preis- und Bildpreislisten sowie Datenblättern.

h'media manager

Alle Bilder und Dokumente zentral verwalten und weltweit publizieren

Mit dem Heiler Media Manager können Media Assets zentral verwaltet und bei Bedarf mehrfach verwendet werden. Unstrukturierte Daten wie Bilder, Grafiken, Zeichnungen und Dokumente werden einfach über das Internet verwaltet und in alle Publikationskanäle verteilt. Die nahtlose Integration in den Heiler Product Manager ermöglicht die direkte Verwendung der Bild- und Mediendaten im Rahmen des Product Information Management und Multi Channel Marketing.

h'business catalog

Katalogsuchmaschine im Einkauf – Elektronische Online-Kataloge im Verkauf

Der Heiler Business Catalog ist ein leistungsfähiges und benutzerfreundliches Auswahl- und Bestellmedium für Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter. Die elektronische Kataloglösung ermöglicht das Auffinden, Visualisieren, Vergleichen und Bestellen von gewünschten Artikeln, Produkten und Materialien im Einkauf.

PIM SOFTWARE FÜR PRINT-KATALOGE, E-KATALOGE UND ONLINE-SHOPS

» Händlern und Herstellern technischer Handelswaren ermöglicht Heiler Software das Management aller Produktdaten aus einer zentralen Datenquelle für alle Kommunikationskanäle und Sprachen. Jeder Zeit an jedem Ort. Heiler Software unterstützt große, multinationale Unternehmen im E-Procurement. Branchenunabhängige Kataloglösungen sorgen für die automatisierte und kostensparende Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen sowie deren Lieferantenanbindung. Weltweit setzen über 300 große und mittelständische Unternehmen auf Lösungen von Heiler. Zu ihnen zählen unter anderem Daimler, Coca Cola und die Hagemeyer Gruppe. Die 1987 gegründete Heiler Software AG mit Sitz in Stuttgart, Hannover und Detroit (USA) beschäftigt rund 100 Mitarbeiter und ist am Prime Standard Segment an der Frankfurter Börse notiert.

