

REFERENZ

Implementierung einer konsolidierten Produktinformation für den weltweiten Vertrieb und Marketing

mgm technology partners, Spezialist für Design und Integration von innovativen, individuell zugeschnittenen Lösungen in existierende IT-Umgebungen, wurde im Frühjahr 2014 mit dem Design des Produktinformations-Managements (PIM) für das "SEB&Share"-Programm von Groupe SEB beauftragt. Im Oktober 2014 ging das neu entworfene, Hybris-basierte PIM, ein zentraler Teil des zukünftigen Digital Hub, in Produktion. Seitdem entwickelt sich das Produktivsystem ständig weiter, um neue, während der Bereitstellung in unterschiedlichen Ländern entstandene Features zu integrieren.

Groupe SEB, weltweit marktführend mit Haushaltskleingeräten, operiert in 150 Ländern mit einem einzigartigen Produktportfolio, das Top-Marken wie Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad und Supor umfasst. Im Rahmen ihres globalen Konzernansatzes plante Groupe SEB das neue Produkteinführungssystem SEB&Share, das alle in verschiedenen, firmenweit verteilten Altsystemen produzierten Daten in einem einzigen digitalen Knotenpunkt konsolidieren, aggregieren und organisieren soll. Wegen der Heterogenität der beteiligten Interaktionssysteme – z.B. sind auch alle Software-Systeme für die Produktions-Organisation angeschlossen – kann der Digital Hub kein klassisches Product Content Management (PCM) sein.

Eine Vision teilen und sie in Produktion bringen

Die mgm Software-Experten wollen das Kerngeschäft ihrer Kunden und die Struktur, auf der es basiert, immer zuerst wirklich verstehen. Im Fall von Groupe SEB die Koordination von fast 25.800 Angestellten an 29 Industriestandorten und in 65 Marketing-Büros in 150 Ländern zur Produktion, Vermarktung und zum Verkauf von einem einzigartigen Haushaltskleingeräte-Portfolio mit Top-Marken wie Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad und Supor, die jeweils über eine eigene, gut definierte Identität verfügen, welche weltweit die kulturspezifischen Konsumenten-Einstellungen und die entsprechend unterschiedlichen strategischen Bedürfnisse der Groupe SEB-Fachhändler berücksichtigt.



„Um unsere Kunden weltweit mit reichhaltigen, substantiellen und digitalen Produktinformationen zu versorgen – in Time to market.“



Patrick Banzet
IS Digital & Supply Chain Manager
Groupe SEB

Als weltweiter Marktführer im Bereich Haushaltskleingeräte, hat Groupe SEB – mit Hauptsitz nahe Lyon, Frankreich – weltweit fast 25.800 Angestellte an 29 Industriestandorten und in 65 Marketing-Büros in 150 Ländern. 2014 lag der Umsatz des börsennotierten Unternehmens mit dem Verkauf von Kochgeschirr, elektrischen Küchengeräten als auch Home-Care- und Körperpflege-Produkten bei 4,253 Milliarden Euro.

Um ein Beispiel zu geben, heißt das etwa, dass ein technisch identisches Dampfbügeleisen, das eventuell sogar an nur einem Standort der Groupe SEB produziert wurde, in Frankreich und Belgien unter dem Markennamen Calor, in anderen Ländern aber unter dem Namen Tefal verkauft wird. Die entsprechenden Produktinformationen wie z.B. Produktbilder oder Videos für Fernsehwerbung waren bislang dann auch entsprechend gebrandet.

Die riesigen Synergieeffekte, die Kosten- und Fehlerreduktion bei gleichzeitiger Gewährleistung der marktmächtigen Multi-Marken-Strategie der Firma, die ein einziges konsolidiertes PIM / PCM-System wie das von Groupe SEB geplante hat, sind offensichtlich. Aber die Komplexität einer Produktivbringung der SEB&Share IT-Vision auch. Die mgm-Experten nahmen die Herausforderung an. Und hatten Erfolg!

Um das zu erreichen, mobilisierte das mgm-Team seine projekterprobte Technikerfahrung und sein Hybris Know-how. Die Haupterfolgskriterien waren: Agile Entwicklungszyklen, ein Modellherangehen bei nicht-integrierten Anforderungen und Endnutzereinbindung entlang des gesamten Prozesses. Die Offenheit bei Groupe SEB, dieses agile Vorgehen anzunehmen und sich im Team abzustimmen, half sehr, Schwierigkeiten zu meistern und die User-Systemakzeptanz zu beschleunigen.

Zuhören und Customizing mit operativem Bewusstsein

Um angesichts eines täglich in heterogenen Systemen upgedateten Daten-Volumens von derzeit 65.000 Produkten (jedes davon mit mehreren Dokumenten) und einem weltweit verteilten Team von voraussichtlich 500 Marketingleuten in Niederlassungen oder externen Agenturen, welches das zukünftige SEB&Share nutzen wird, das richtige Datenmodell zu finden, war es entscheidend, genau zuzuhören, was die operativen Anforderungen im Umgang mit den Daten sind. mgm tat das.

“Wir wussten, dass es, neben einem offensichtlich hohen technischen Standard, wesentlich war, Key-User als auch Geschäftsbereichleiter wirklich zu verstehen und, aus Zeit- und Kostengründen, etwas im Rahmen des Hybris-Standards in Produktion zu bringen, das die Gesamtmanagement-Struktur von Groupe SEB und die individuellen weltweiten Workflows so weit wie möglich berücksichtigt“, sagt Pascal Bresson, der verantwortliche mgm-Projektmanager. “Vor unserem Erfahrungs-Hintergrund mit ähnlichen Hybris-Projekten, ermöglichte es dieser Ansatz, ein individualisiertes Produktcockpit zu erstellen und das neue SEB&Share-PIM in nur vier Monaten erfolgreich in die anderen Systeme zu integrieren.“

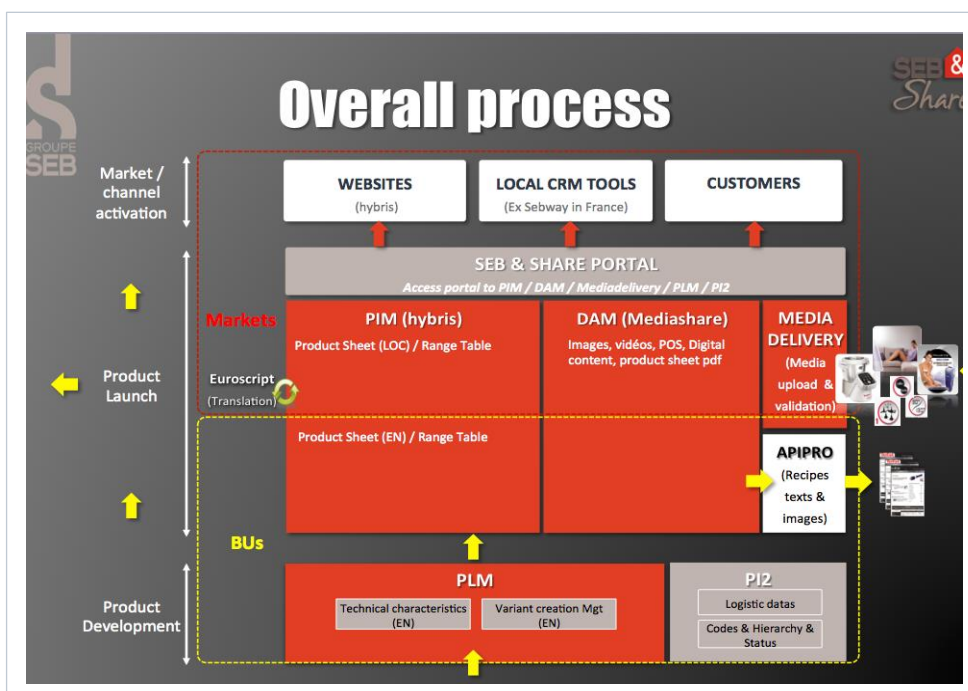


Abbildung 1: SEB&Share Digital Hub

Schnelle, einheitliche und zuverlässige Markenkommunikation – PIM made by mgm!

Das von mgm-Experten auf Basis des Hybris-Standards für Groupe SEB individualisierte PIM zentralisiert die gesamten, weltweit durch alle Content-Produzenten erstellten Informationen, die sowohl globale als auch lokale Content-Nutzer für einen Produktlaunch brauchen, in strukturiertem, beständig aktualisiertem und zuverlässigem Format. Mit jährlich mehreren hundert weltweit lancierten Referenzen, kann Groupe SEB die komplette Markenkommunikation so noch effizienter organisieren und global unmittelbar auf die Bedürfnisse von Fachhändlern als auch Endkunden eingehen.

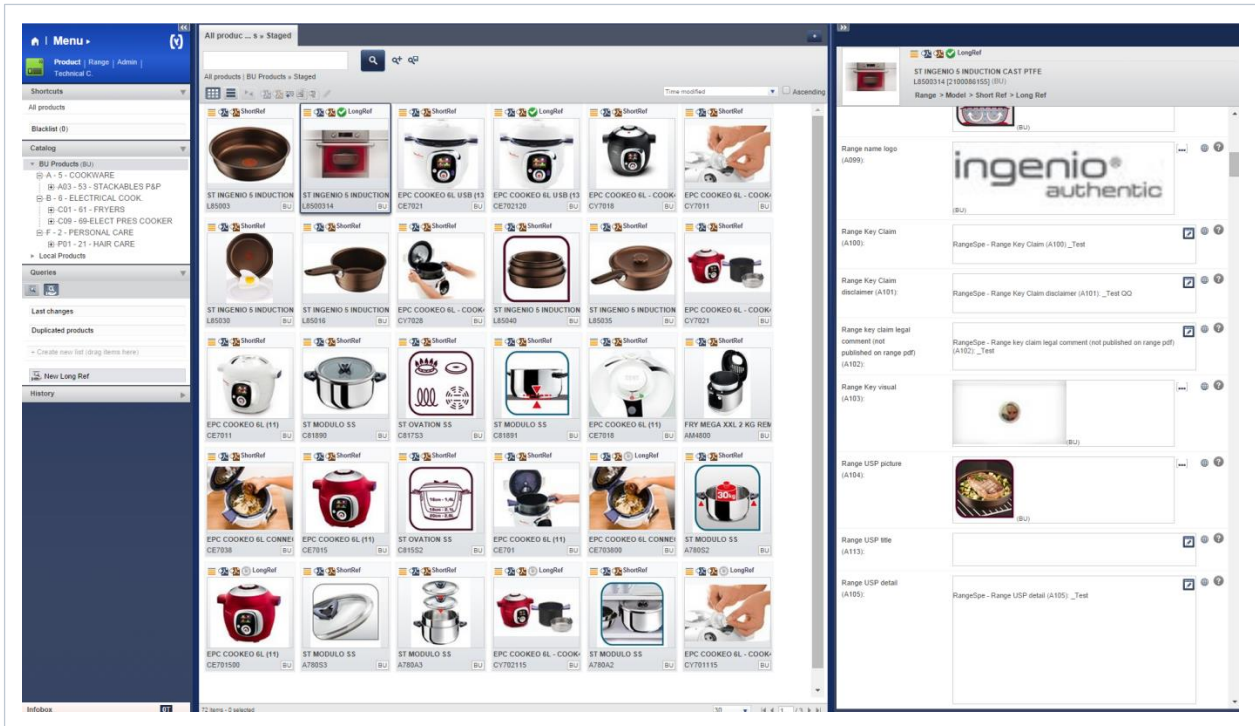


Abbildung 2: Vollständig kundenspezifisch aufgesetztes Produkt-Cockpit.

Haben wir Ihr Interesse für unser Know-how geweckt?

Dann treten Sie mit uns in den Dialog:

references@mgm-tp.com