

Kataloganalyse und automatisierte Katalogerstellung

Mit Marketing-Publikationen Maßstäbe in der Branche setzen

Im ersten Projektschritt analysierte infolox den bestehenden Katalog hinsichtlich Handhabung, Aufbau, Navigation, Layout und Inhalt. Den Ergebnissen des Startworkshops, in dem gemeinsam mit ACO ein Gesamtkonzept zur Navigation sowie zur Darstellung der Produktstruktur erarbeitet wurde, folgte eine ausführliche Zielgruppenanalyse und Nutzerbefragung. Der Input beider Seiten wurde schließlich in die Neukonzeption des Katalogs miteinbezogen. In der zweiten Projektphase standen Systemauswahl, Datenerfassung und die Implementierung des automatischen Publikationsprozesses im Fokus. Im Zuge der Umsetzung erfolgte auch die Feinspezifikation des Katalogs für die einzelnen Produktbereiche.

Die Wahl hinsichtlich der Softwareumgebung fiel auf InDesign als DTP-Tool und das Katalogfabrik®-PIM als medienneutrale Produktdatenbank: Die im XML-Format aus dem PIM exportierten Produktdaten werden über konfigurierbare XSLT-Prozesse aufbereitet und über ein XML-Plugin nach InDesign importiert. Über analoge Prozesse sollen zukünftig weitere Publikationsarten erstellt bzw. ein Web-Content-Management-System angebunden werden.

Die Festlegung der Granularität und Typisierung der zu erfassenden Produktmerkmale durch ACO wurde von infolox begleitet. Ein wichtiger Aspekt hierbei war, zukünftige Verwendungen der Produktdaten vorausschauend zu berücksichtigen. Basierend auf der Produktmerkmalsdefinition und dem Katalogkonzept wurden die Anforderungen an Funktionalität und Konfigurierbarkeit des Publikationsprozesses definiert.

Die Ersterfassung der Produktinformationen erfolgte nicht direkt im PIM-System, sondern über den von infolox entwickelten Excel-basierten Zugang. „Die initiale Datenerfassung in Excel kann dabei einige Vorteile liefern“, erklärt Dr. Anselm Hofer, Projektmanager der infolox GmbH. „So ist die Aufteilung der Produktmerkmale zu Beginn der strukturierten Datenerfassung für das PIM meist noch nicht abschließend ausgearbeitet, und auch an der Produktstruktur werden noch Anpassungen vorgenommen.“ Interne Prüf- und Freigabezyklen, typischerweise unter Einbeziehung der jeweiligen Produktmanager, sind auf Basis der Excel-Dateien von Beginn an auf einfachste Weise möglich. Änderungen an der Merkmalsdefinition, der Produktstruktur und den erfassten Werten können flexibel und mit geringem Aufwand in bekannter Tool-Umgebung umgesetzt werden.

Die Produktdaten von ACO Passavant werden nun medienneutral im PIM-System verwaltet. Für die Erstellung der Kataloge hat infolox einen leistungsfähigen, hochgradig automatisierten Publikationsprozess geschaffen, der durch ACO eigenständig konfiguriert werden kann. Im März dieses Jahres erscheint der erste neu konzipierte und automatisierte K9-Katalog für die technischen Gebäudeausstatter, wenig später folgt die Herausgabe des Installateur-Katalogs.

Daniel Vogel, Marketing Manager der ACO Passavant GmbH: „Der erste Eindruck von infolox hat sich im gesamten Projektverlauf bestätigt. Die Zusammenarbeit hat nicht nur auf fachlicher, sondern auch auf persönlicher Ebene von Beginn an gestimmt. Wir sind daher sehr zuversichtlich, dass mit einem derart engagierten und erfahrenen Partner wie infolox auch die kommenden geplanten Projekte zu unserer vollsten Zufriedenheit verlaufen werden.“

Über ACO:

Die ACO-Gruppe ist Weltmarktführer in der Entwässerungstechnik. Innerhalb dieser Gruppe ist ACO Haustechnik der Spezialist für das Entwässern und Abscheiden in privaten und gewerblichen Gebäuden. Mit Produkten aus Edelstahl, Gusseisen und Kunststoff ist ACO Haustechnik in seiner Sortimentstiefe und -breite europaweit einmalig.

Ansprechpartner Presse:

infolox GmbH

Katharina Lang, Dipl. Betriebswirtin (FH)

Leitung Marketing und Kommunikation

fon +49 8382 /275 894 - 23

katharina.lang@infolox.de

good news! GmbH

Sven Körber

Kolberger Str. 36

D-23617 Stockelsdorf

Telefon: +49 451 88199-11

Telefax: +49 451 88199-29

sven@goodnews.de

www.goodnews.de