

# Implementierung eines Multi-Channel-Ansatzes steigert die Produktivität

## Hintergrund

Brady wurde 1914 in den USA gegründet und ist heute ein global führender Anbieter von Kennzeichnungs- und Sicherheitslösungen. Das Unternehmen hat 500.000 Kunden weltweit. Brady ist für Kunden aus den Bereichen Industrie, Medizin und IT aktiv. Das europäische Direktmarketingteam des Unternehmens verwaltet rund 30 Webseiten für Marken wie Seton, Securimed und Safety-shop.

## Herausforderungen

2010 übernahm Gregory Tocut die Verantwortung für die neue europäische Direktmarketing-Plattform des Unternehmens. Zu jener Zeit versendete Brady jährlich über 45 Mio. gedruckte Kataloge. Dahinter standen rund 600.000 einzelne Artikel und 100.000 Produktdatenblätter mit fast 300 Merkmalen. Für ganz Europa sollte eine durchgehende E-Commerce-Lösung gefunden werden, die über 9 Marken, 15 Länder und 30 Webseiten hinweg die Services des Unternehmens sowie das Benutzererlebnis und die globale Sichtbarkeit verbessern konnte. Die größte Herausforderung war dabei die Integration papier- und webbasierter Daten, um so die Basis für eine zentralisierte Verwaltung zu schaffen, die Datenpflege und -anreicherung zu erleichtern und die Datenqualität zu steigern.

## Kundenprofil

Brady  
[www.bradycorp.com](http://www.bradycorp.com)

## Branche

Produktion und Vertrieb von Kennzeichnungs- und Sicherheitslösungen

## Herausforderungen

- ◆ Verwaltung von 600.000 Datenbankeinheiten und 100.000 Produktdatenblättern mit nahezu 300 Merkmalen
- ◆ Implementierung einer Multi-Channel-E-Commerce-Lösung für Print und Web durch Integration der Datenverwaltung in beiden Bereichen
- ◆ Möglichkeit, die Stammdaten des Unternehmens in ganz Europa über 9 Marken, 15 Länder und 30 Webseiten hinweg mit einer durchgehend einheitlichen Hierarchie zu verwalten
- ◆ Verbesserung von Services, Benutzererlebnis und globaler Sichtbarkeit

## Lösung

Einsatz von STEP, der Stibo Systems Software fürs Produktinformationsmanagement (PIM), in Kombination mit SAP und Magento

## Dauerhafte Vorteile

- ◆ 80 % mehr Produktivität bei Pflege und Aktualisierung der webbasierten Produktdatenbank
- ◆ Um 30 % beschleunigte Katalogproduktion
- ◆ Vorlaufzeit für webbasierte Datenblätter von einem Jahr auf wenige Tage reduziert
- ◆ Klar strukturierte, dynamische Webseite steigert die Kundenzufriedenheit

## Lösung

Für die Verwaltung der Brady Produktdatenbank entschied man sich für die Stibo Systems PIM-Software STEP 4.7. Ursprünglich wurde die Lösung lediglich als CAP-Tool für die Erstellung gedruckter Kataloge eingesetzt. Dabei wurden gerade einmal 10 % der vorhandenen Datenspeicherkapazität genutzt. Im Rahmen der Migration zur STEP Version 5.2 entdeckte Brady dann die zahlreichen verfügbaren Funktionen und beschloss, auf Basis von STEP eine echte Multi-Channel-Lösung zu implementieren. Um den Erfolg des Migrationsprojekts zu sichern, entschied Brady, komplett bei Null anzufangen. Statt die Produktion gedruckter Kataloge in den Mittelpunkt zu stellen, wurde die neue Lösung mit Blick auf die Stammdatenverwaltung konzipiert: So implementierte Brady für die Produktverwaltung eine Kombination aus SAP, ERP und STEP, ergänzt durch Magento als Shoplösung. SAP sendet die Daten an STEP (Referenzen, Preise etc.); alle Anreicherungs-elemente (Beschreibungen, Merkmale etc.) werden dann in STEP hinzugefügt. So können die für die Katalogerstellung zuständigen Teams die Informationsauswahl direkt in STEP treffen und ihren Job anschließend in Adobe InDesign schnell und einfach erledigen. Brady entschied sich letztlich für die Stibo Systems Lösung STEP, weil sie die Möglichkeit bietet, eine Stammdatenstrategie mit einem einzigartigen Produktansatz zu kombinieren, und sie sich auf Unternehmensebene zentralisieren lässt. Zudem ermöglicht die hohe Flexibilität der Software eine sehr individuelle Anpassung der Lösung.

## Ergebnisse

Brady profitiert heute von klar strukturierten Webseiten, über die man völlig problemlos auf Kategorien und Produktmerkmale zugreifen kann. Trotz der riesigen Artikelmenge ist die Magento-Webseite dabei sehr schnell, da die Verwaltung der Daten über STEP erfolgt. 2012 konnte Brady nach nur vier Monaten beim französischen Shop des Unternehmens signifikante Verbesserungen beim Traffic und der durchschnittlichen Bestellmenge feststellen.

Einer der größten Vorteile von STEP ist die hohe Flexibilität der Lösung. „Die wahre Stärke von STEP liegt darin, dass man mit der Software nahezu alles machen kann. Allerdings sollte man sich darüber im Klaren sein, welches Ziel man erreichen will“, so Gregory Tocut, der Leiter der europäischen E-Business-Plattform.

„Mithilfe des Tools konnten wir uns individuelle Produkte schaffen, die genau auf die Arbeitsweise unserer Teams abgestimmt sind. Ebenso konnten wir aber auch Produkte in STEP nachbauen, die wir in Magento benötigten.“

Was ich an STEP auch sehr schätze, ist die hierarchische Struktur der Lösung. So übernehmen neue Produkte automatisch die Merkmale der Vorläufergeneration“, erläutert Tocut, der durch dieses Feature bei Updates deutliche Zeitvorteile realisiert.

**„Die Implementierung eines Multi-Channel-Ansatzes ist zweifellos der Hauptvorteil der STEP-Lösung. Auf diese Weise konnten wir bei der Datenbankpflege für webbasierte Produkte signifikante Produktivitätsvorteile in Höhe von rund 80 % erzielen.“**

Gregory Tocut,  
European E-Business Platform Manager, Direct Marketing  
EMEA Businesses

„Früher wurden Änderungen an webbasierten Produktdatenblättern zweimal jährlich vor der Katalogproduktion durchgeführt. Hatte man dann endlich den ersten Durchgang abgeschlossen, konnte man fast schon wieder mit dem nächsten beginnen. Heute nehmen Änderungen nur noch wenige Sekunden in Anspruch und werden in einem Durchgang für Print und Internet durchgeführt.“ Der Zeitbedarf für die Katalogproduktion ist um rund 30 % gesunken und dank neu gewonnener Synergien ist jetzt auch die Produktion von Teilkatalogen deutlich einfacher. Die Vorlaufzeit für die Bereitstellung webbasierter Informationen konnten wir von einem Jahr auf wenige Tage reduzieren. Mithilfe der Power und Flexibilität von STEP konnte Brady einen Multi-Channel-Ansatz realisieren und im Unternehmen von Grund auf digitale Strukturen implementieren. Bei alledem konnte obendrein die Produktivität gesteigert werden, im Internet ebenso wie bei der Katalogproduktion.

## Über Stibo Systems

Stibo Systems ist der weltweit führende Anbieter für Multi-Domain Master Data Management (MDM) Lösungen. Branchenführer vertrauen auf Stibo Systems bei der Verbindung von Produkt-, Kunden-, Lieferanten- und anderen Unternehmensdaten für eine kanalübergreifende Konsistenz. Dies ermöglicht Unternehmen effektivere Entscheidungen, Umsatzsteigerungen und eine Mehrwertgenerierung. In den vergangenen 30 Jahren hat Stibo Systems international führende Unternehmen dabei unterstützt, eine einzige vertrauenswürdige Quelle für strategische Informationen zu schaffen. Stibo Systems ist Teil des 1794 gegründeten Privatkonzerns Stibo A/S mit der Konzernzentrale in Aarhus, Dänemark.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.stibosystems.de](http://www.stibosystems.de).