

■ Kellogg verbessert die Customer Journey mit zuverlässigen Produktinformationen

Firma:

Kellogg

Branche:

Lebensmittelherstellung

Region:

Amerika

Lösung:

Produktstammdatenverwaltung (PIM)



Herausforderungen

- Verwaltung eines komplexen Datenbestands von mehr als 100 Marken, 3.500 SKUs, 4.500 Verbraucherrezepten und 9.000 Produktbildern für mehr als 400 globale Webseiten
- Bedarf einer einzigen globalen Sicht auf alle Marke(n) über alle Kanäle und für alle Kunden
- Einhaltung der EU1169-Verordnung zur Lebensmittelkennzeichnung und anderer Vorschriften
- Unterstützung des Call-Centers in Bezug auf Produkte und Promotionen

Vorteile

- Eine „Single Version of Truth“ für alle Produkte weltweit, die die Einhaltung der EU1169-Verordnung ermöglicht.
- Verbesserung der Genauigkeit und Validierung von Produkt- und Nährwertangaben
- Nahtloses Markenerlebnis online und offline
- Schnellere Einführung neuer Produkte und mehr Agilität

Zusammenfassung

Vor mehr als 100 Jahren veränderte The Kellogg Company das Frühstück für immer, als W.K. Kellogg die Kellogg's Corn Flakes erfand. Heute ist das Unternehmen in 180 Ländern der Welt führend in der Lebensmittelindustrie.

Das Angebotsportfolio von Kellogg enthält mehr als 100 Marken und 1.600 Lebensmittelprodukte und ist weltweit präsent. Produkte werden in 18 Regionen hergestellt und in 180 Ländern verkauft.

Veränderndes Einkaufsverhaltens, die Nachfrage der Verbraucher nach mehr Nährwertinformationen und -kennzeichnungen sowie Herausforderungen der Branche, wie z. B. expandierende Lebensmittelkategorien und zunehmende Lebensmittelvorschriften, stellten neue Herausforderungen.

Kellogg musste sich mit der Frage auseinandersetzen, wie man eine einheitliche Sicht auf seine Marken und Produkte im gesamten Unternehmen, bei Einzelhandelskunden und Verbrauchern auf der ganzen Welt herstellen kann.

Kellogg's

Lösung

Um Einzelhandelskunden und Verbrauchern ein einheitliches Markenerlebnis in allen Regionen und Märkten zu bieten und die Einhaltung der europäischen EU1169-Verordnung zu gewährleisten, startete das Unternehmen eine Marketing-Initiative. Die Marke sollte übergreifend zusammengeführt werden, um global eine Perspektive auf Produkte zu erhalten und Kunden ein nahtloses Markenerlebnis zu bieten.

Diese Marketinginitiative führte Kellogg dazu, Stibo Systems' Stammdatenverwaltung für das Produktinformationsmanagement zu implementieren. So konnte eine einzige globale, vertrauenswürdige Quelle für Produkt- und Nährwertinformationen, Verbraucherrezepte, FAQs und Werbeaktionen bereitgestellt werden.

Ergebnisse

Seit der Implementierung des Produktinformationsmanagements (PIM) von Stibo Systems konnte Kellogg Altsysteme, selbstentwickelte Lösungen und unzählige Tabellenkalkulationen ersetzen. Man ist nun in der Lage, Branding international zu organisieren und mehr Kontrolle zu haben. Die Zusammenarbeit mit Werbeagenturen hat sich vereinfacht, die Call Center werden mit Informationen unterstützt und die Sichtbarkeit aller Kellogg-Marken hat sich verbessert.

Die Stammdatenplattform füttert mehr als 400 globale Kellogg-Websites in über 40 Sprachen, einschließlich der Kellogg Family Rewards US Loyalty Site sowie einzelhändlerspezifische Feeds mit Produkt- und Nährwertinformationen, um den Einzelhandel mit akkuraten und aktuellen Informationen zu unterstützen.

Kellogg ist führend bei der Bereitstellung von Nährwert- und Allergeninformationen seiner Produkte für Verbraucher online und am POS, indem ERP-Produktrezeptdaten in der Stammdatenlösung eingespeist und dann Nährwertkennzeichnungen für die Verwendung im Produktlebenszyklus berechnet und ausgegeben werden.

Kellogg hat außerdem damit begonnen, SmartLabel-Produkte zu veröffentlichen. Dies ist eine Transparenzinitiative der Grocery Manufacturer's Association, die Verbrauchern über das Internet Nährwert- und Inhaltsstoffinformationen zur Verfügung stellt.



Über Stibo Systems

Stibo Systems bietet Unternehmen innovative Softwarelösungen zur Stammdatenverwaltung und ermöglicht dadurch Datentransparenz. Unsere Lösungen sind weltweit die treibende Kraft hinter zukunftsorientierten Unternehmen, die den strategischen Wert ihrer Stammdaten nutzen. Wir versetzen Firmen in die Lage, das Kundenerlebnis zu verbessern, Innovation und Wachstum voranzutreiben und eine Grundlage für die digitale Transformation zu schaffen. So erhalten Unternehmen die Transparenz, die sie benötigen und wünschen: eine einzige, genaue Sicht auf ihre Stammdaten. Damit können Firmen fundierte Entscheidungen treffen und ihre umfangreichen, ambitionierten Ziele erreichen. Stibo Systems ist eine in Privatbesitz befindliche Tochtergesellschaft der 1794 gegründeten Stibo A/S Gruppe mit Hauptsitz in Aarhus, Dänemark. Mehr unter stibosystems.de.