

## ■ Globales Wachstum und schnellere Time-To-Market durch Multidomain Stammdatenverwaltung lässt Rituals Cosmetics noch besser aussehen



Firma:

**Rituals**

Branche:

**Einzelhandel**

Region:

**Europa**

Lösung:

**Multidomain Stammdatenverwaltung**

### Zusammenfassung

Rituals Cosmetics wurde 2000 von Raymond Cloosterman gegründet und hat seine Zentrale in Amsterdam. Rituals Cosmetics vertreibt ein breites Sortiment von Kosmetik im oberen Marktsegment und folgt der Philosophie, dass auch tägliche Routineabläufe zu ganz besonderen Momenten werden können.

Heute hat das Unternehmen mehr als 840 Geschäfte in 33 Ländern. Dieses schnelle globale Wachstum, bedeutet, dass es immer schwieriger wird, für die Kunden relevant zu bleiben und gleichzeitig Kundenbedürfnisse zu erfüllen.

Daher wird die Multidomain Master Data Management (MDM) Lösung von Stibo Systems als alleinige Datenquelle eingesetzt, um den kompletten Produkt Lebenszyklus, das Sortiment, e-Commerce und PoS-Marketing zu verwalten.

Die Nutzung von Multidomain MDM als Digital Hub für alle Assets ermöglicht es Rituals, eine konsistente Erfahrung über alle Kanäle zu kreieren indem die entscheidenden Verbindungen zwischen Produkten, Kunden, Lieferanten, Partnern und Mitarbeitern hergestellt werden.

### Der Businessnutzen

Rituals hat nun eine 360°-Kundensicht und verbessert dadurch die Customer Experience.

Die Konsolidierung von Kundendaten aus unterschiedlichen Quellsystemen an einem Ort gibt Rituals die vollständige Kontrolle und das Vertrauen in alle Daten. Das bedeutet, dass Produkte, Werbeaktionen und Kundenservice auf Grundlage der tatsächlichen Kundenbedürfnisse angeboten werden.

Diese vertrauenswürdigen Daten ermöglichen ebenfalls eine schnellere Markteinführung von neuen Produkten: "In der Vergangenheit haben wir mehrere Tage gebraucht, um korrekt formatierte Produktinformationen zu erstellen. Jetzt ist es in ein paar Minuten erledigt", sagt Marco Seijdel, Business Information Manager bei Rituals.

### Herausforderung

Der weit verbreitete Einsatz von Tabellenkalkulationen plus eines Enterprise Resource Planning (ERP)-Systems hatte in der Vergangenheit gut funktioniert. Aber als das Unternehmen expandierte führte dies zur Verdoppelung von Daten und Prozessen und mehreren Versionen



eines Kunden. Die Herausforderung lag nun darin das Kundenerlebnis weiterhin persönlich zu halten und gleichzeitig durch mehr maßgeschneiderte Produkte und Dienstleistungen einen Mehrwert zu schaffen.

“Wir wollten in der Lage sein, Informationen zu analysieren und Kundenbedürfnisse und -treiber gründlicher zu verstehen, indem wir eine Version von jedem Einzelnen erhalten”, sagt Marco Seijdel von Rituals.

- Die Daten wurden in verschiedenen, nicht miteinander verbundenen Formaten gespeichert.
- Die Erreichung der geplanten roll-out Ziele neuer Filialen wurde unhaltbar.
- Das schnelle Wachstum beeinträchtigte die Fähigkeit, eine hohe Qualität der Kundenerlebnisse zu gewährleisten.

Daher entschied sich Rituals für die Implementierung der Multidomain Master Data Management-Lösung von Stibo Systems, um die Informationslücke zu schließen.

Tools, die für ein kleineres Unternehmen vollkommen ausreichen, waren für ein Unternehmen, das jeden Monat 10 neue Filialen eröffnet, stark einschränkend. “Der Versuch, unser Wachstum zu managen, war eine Herausforderung”, sagt Marco Seijdel. “Der Drang aggressive Wachstumsziele zu erreichen, kann manchmal bedeuten, dass grundlegende Prozesse auf der Strecke bleiben. Wenn wir erfolgreich sein wollten, mussten wir uns dringend um das Management von Kundendaten kümmern.”

Um weiterhin erstaunliche Kundenerlebnisse zu schaffen, war es entscheidend, über akkurate Produkt-, Lieferanten- und Kundendaten zu verfügen. Rituals wusste auch, dass für eine nahtlose Customer Experience auf allen Kanälen konsistente, aktuelle Informationen nötig sind, die mit den Business Usern, externen Partnern, Lieferanten und Resellern geteilt werden können.

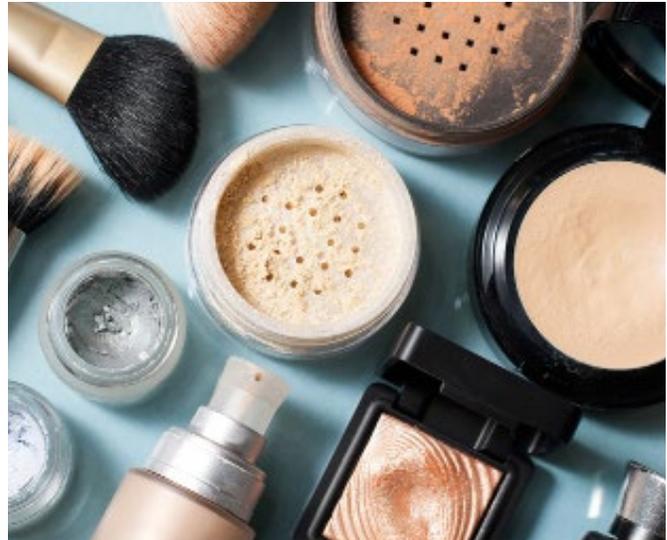
## Lösung

Die Lösung bestand darin, die notwendige Verbindung zwischen Produkten, Kunden, Lieferanten, Händlern und Partnern herzustellen.

Durch die Verknüpfung dieser Kerndatenkomponenten zu einer einzigen Ansicht ist Rituals in einer erstklassigen Position für Up-Selling und Cross-Selling, indem es die Kundenbedürfnisse mit der Produktrelevanz abgleicht.

Mit einer einzigen Ansicht auf Lieferanten- und Produktdaten kann Rituals Inhaltsstoffe transparenter darstellen und den Kunden einen wesentlich

umfassenderen Überblick über seine Produkte bieten, als dies bisher möglich war. “Viele Software-Anbieter bieten ähnliche Lösungen an, die neben ERP-Systemen laufen, aber das würde uns nicht die Flexibilität geben, die wir brauchen”, sagt Marco



## Ergebnisse

Mit mehr Informationen über das Kauf- und Bindungsverhalten der Kunden ist Rituals nun in der Lage, Kaufmuster vorherzusagen, um den Bestand und die Lieferung zu planen und so sicherzustellen, dass das Geschäft immer läuft.

Indem eine Beziehung zwischen Kunden und ihren Einkäufen hergestellt wird, kann Rituals nun relevante Alternativen und Ergänzungen anbieten und dadurch die durchschnittliche Anzahl der gekauften Produkte erhöhen.

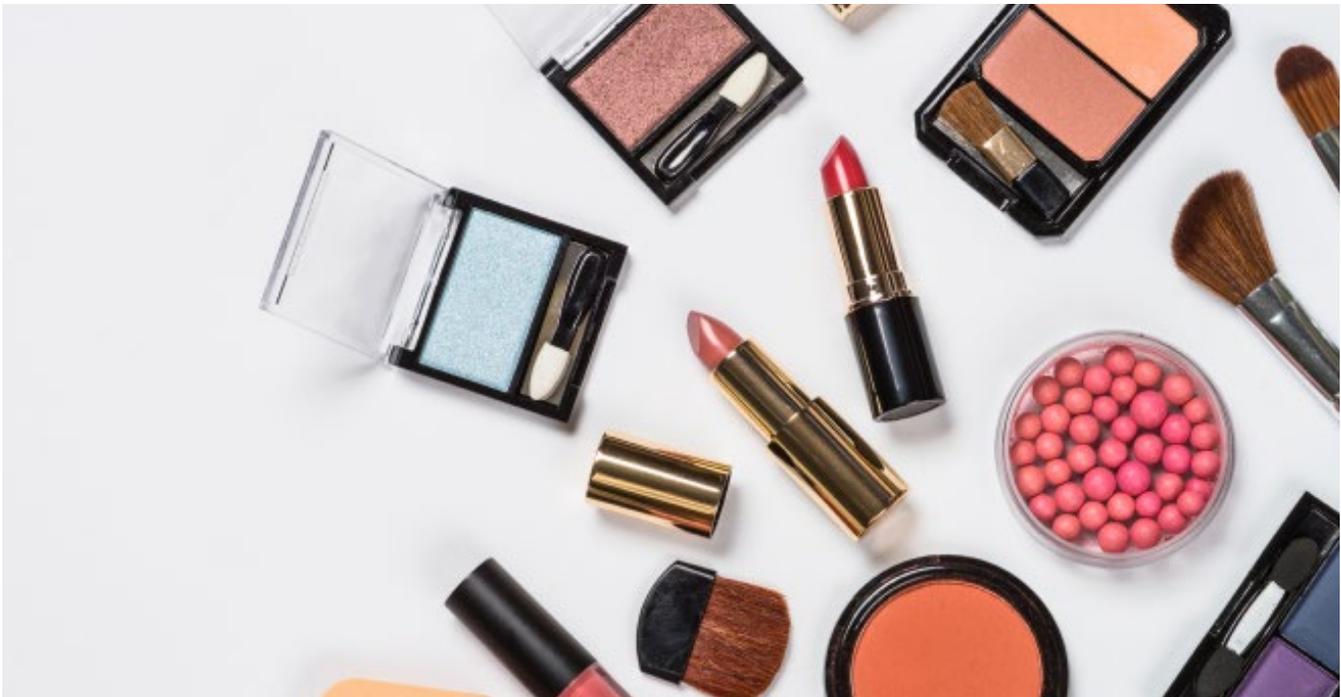
“Es gibt eine Grenze für die Effizienz und Effektivität, wenn man sich auf Daten verlässt, die in mehreren unverbundenen Silos gespeichert sind”, sagt Marco Seijdel.

Mit einer umfassenden und vernetzten Sicht auf die Kunden- und Produktdaten ist Rituals nun gut gerüstet, um sein aktuelles Wachstumstempo beizubehalten. Marco Seijdel fasst zusammen: “Es spielt jetzt keine Rolle mehr, wo man sich befindet oder welches Gerät man benutzt - man erhält eine Version der Wahrheit, in Echtzeit. Wenn es darum geht, relevant zu bleiben und zu antizipieren, was als Nächstes passiert, ist dies ein unschätzbare Vorteil und wird unsere Wachstumsambitionen vorantreiben.”



“ Der Business Case war einfach: Je mehr Wert ich unseren Kunden bieten kann, desto mehr werden sie ausgeben, und desto mehr wird das Unternehmen wachsen. Und eine einzige Version unserer Daten zu haben, die im gesamten Unternehmen gemeinsam genutzt werden kann, ist grundlegend, um dies zu erreichen.”

— Marco Seijdel, Business Information Manager, Rituals Cosmetics



### 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](http://stibosystems.de).