

PLOBERGER

PRODUKTDATEN AUF ALLEN KANÄLEN



Ploberger optimiert Online-Produktdarstellung mit asim

Ploberger zählt zu den führenden Unternehmen im technischen Handel mit Handwerk und Industrie. Das traditionelle Fachhandelsunternehmen legt großen Wert darauf, seinen Kunden im Bereich moderner Systeme und Technologien umfassenden Service zu bieten. Dazu gehören unter anderem professionelle Produktkataloge, ein mehrsprachiger Webshop und modernstes E-Commerce. Maßgeblich beteiligt an der Realisierung dieser Services ist die asimSuite von asim.

Die Tradition des Unternehmens Ploberger reicht weit über 150 Jahre zurück. Ploberger ist ein Unternehmen der international tätigen Firmengruppe König. Die ursprünglich als Eisenwarenhandlungen König und Ploberger tätigen Unternehmen wurden im Jahre 1996 neu organisiert und in ihrer Ausrichtung geändert. Seit dieser Zeit orientiert sich

Ploberger ausschließlich an Bedarf und Anforderungen gewerblicher und industrieller Abnehmer. Es bietet mit mehr als 30.000 Produkten aus den Warenbereichen Werkzeuge, Werkstattbedarf, Arbeitsschutz und Betriebseinrichtungen eine umfassende Auswahl, abgestimmt auf die Branchen Metall, Bau, Automotive, Holz und Industrie.

Anwender der ersten Stunde

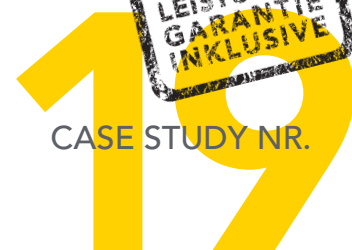
Ploberger ist bereits seit zehn Jahren Anwender der asimSuite. Zunächst nutzte das Unternehmen die Premium-Software für das Produktinformationsmanagement zum Publizieren von Printkatalogen. Diese werden alle zwei Jahre in den Sprachen Deutsch, Tschechisch, Slowakisch und Ungarisch herausgegeben. Dabei handelt es sich um umfangreiche Werke. Der österreichische/deutsche Katalog umfasst ca. 1.200 Seiten, die anderen etwa 1.000 Seiten. „Der Grund, weshalb die Umfänge je nach Land unterschiedlich sind, liegt darin, dass wir in den Katalogen nur jeweils die Produkte auflisten, die in diesen Märkten auch verfügbar sind“, erläutert Matthias Karasek, Leitung Marketing bei Ploberger. „So ist es für den Kunden einfach auch übersichtlicher.“ Damit die Kataloge mit den jeweils länderspezifischen Produktdaten hergestellt werden können, nutzt Ploberger die in asimBase zur Verfügung stehenden Selektionsobjekte. Diese definieren schon bei der Neuanlage eines Produktdatenblatts, ob und in welchen Katalogen diese Informationen erscheinen soll. „Unser Ziel war, den zeitlichen Aufwand für die Katalogproduktion so gering wie möglich zu halten. Das haben wir mit asim dank einem hohen Automatisierungsgrad von 95 Prozent erreicht“, so Karasek nicht ohne Stolz. „Der Prozess dauert trotz des hohen Seitenumfangs nur vier Stunden.“

Das Internet als wichtiger Vertriebspartner

Ploberger verkauft seine Produkte aber nicht nur über die Printkataloge.



CASE STUDY NR.





Auszug aus dem Onlinekatalog

Bereits vor zehn Jahre hat man auch damit begonnen, die Produkte im Internet zu präsentieren und über einen Webshop den Kunden eine bequeme Online-Bestellmöglichkeit anzubieten. Immerhin wird heute ein Großteil des Jahresumsatzes von über 25 Millionen Euro darüber generiert. Da das Unternehmen mit seinen Produkten ausschließlich das Gewerbe adressiert, ist der Produktbereich für Privatpersonen gesperrt.

B2B Kunden können sich registrieren und dann in dem Webshop Bestellungen auslösen. Zusätzlich stehen ihnen zum Herunterladen Informationen bereit, wie Technische Datenblätter, Sicherheitsdatenblätter, Explosionszeichnungen, Bedienungsanleitungen und vieles mehr.

Mit der Einführung der asimSuite hat Ploberger auch die Darstellung von Produkten im Internet neu aufgebaut. Diese wurde früher manuell mit einem hohen Aufwand gepflegt. Jetzt werden die Daten, die im Internet erscheinen sollen, über Abfrageschemas aus asimBase als strukturierte XML-Datei exportiert und nahtlos in den Webshop übernommen. Aufgrund dieser schnellen Umsetzung können die Kunden von Ploberger immer auf die aktuellsten Produktinformationen zugreifen. Mit diesen Abfrageschemas wird selektiert, welche Produkte tatsächlich auch im Internet erscheinen. „Wir haben einige Produkte im Katalog, die wir nicht über den Webshop anbieten wollen“, so Karasek. Das wird über entsprechende Sachmerkmale in den Produktbeschreibungen hinterlegt und bei der Ausspielung der Daten für das Internet abgefragt.

Um die Produkte möglichst anschaulich zu präsentieren, sind zahlreiche Bilder oder Grafiken zu sehen. Diese sind ebenfalls in der integrierten Dokumentenverwaltung von asimBase verknüpft, den der Webshop automatisch ausliest. Somit ist klar geregelt, welches Bild zu welchem Produkt gehört.

Damit auch Unternehmen, die sich noch nicht für den Webshop bei Ploberger registriert haben, einen umfassenden Überblick über das reichhaltige Produktsortiment erhalten, hat Ploberger mit asimFlip zusätzlich einen E-Blätter-Katalog

realisiert. Dieser ist ebenfalls in vier Sprachen verfügbar und auf einer zusätzlichen Webseite aufgeschaltet. In diesem können Interessierte genauso wie in einem gedruckten Katalog vor- und zurückblättern, vom Seitenanfang zum Seitenende springen oder in einem vorherigen Kapitel etwas nachlesen. Eine leistungsstarke Suchfunktion ermöglicht die Recherche nach bestimmten Artikeln. Wenn ein Kunde tatsächlich Interesse an den Produkten gefunden hat, registriert er sich, um dann im Webshop entsprechende Bestellungen zu tätigen.

PIM meets Vertriebssteuerung

„Was wir betreiben, ist echtes Single-Source-Publishing“, so Karasek. „Wir haben eine Datenquelle, die wir zentral pflegen und aus der spielen wir die Daten so aus, wie wir sie für den Webshop-, Blätter- oder Printkatalog oder für die Darstellung auf den Notebooks benötigen.“

Ploberger will künftig diesen Ansatz noch weiter ausbauen. Beispielsweise haben einige Behörden Vorgaben definiert, die jeder erfüllen muss, der sich an deren Verkaufsplattform beteiligen will. Da die asimSuite seinen Anwendern genügend Gestaltungsspielraum lässt, will Ploberger hier sein Engagement intensivieren, muss aber dafür keine großen Entwicklungskosten budgetieren.

Richard Beha, zuständiger Projektbetreuer bei asim: „Ploberger gehört zu unseren langjährigsten Kunden. Dieses Projekt zeigt eindrucksvoll, wie das Einsatzgebiet durch die asimSuite wachsen kann und damit sukzessive immer mehr Kanäle bedient werden.“ Matthias Karasek ergänzt: „Mit unserer Produktdarstellung im Internet vor zehn Jahren waren wir bestimmt einer der Pioniere in diesem Bereich. Das ist aber auch unsere Vision: Als Traditionsunternehmen neue Wege beschreiten, um unsere Kunden zu begeistern. asim hat uns geholfen, diese Vision in die Realität umzusetzen.“

FACTBOX

PLOBERGER

- 130 Mitarbeiter
- mehr als 30.000 Kunden
- Konzernzentrale in Retz
- Jahresumsatz von über € 25 Millionen
- Unternehmen im technischen Handel mit Werkzeug, Maschinen, Arbeitsschutz, etc.
- 30.000 Produkte
- ca. 1200 Seiten/Katalog
- vier Sprachmutationen
- mehrseitige Folder, quartalsweise bzw. halbjährlich aktualisiert für alle Zielmärkte