



Getreu dem Motto „making work easy“ erfolgte die Umsetzung der Omnichannel-Strategie von Renfert für Zahntechniker und Zahnärzte mit Viamedici EPIM und der Omnichannel-Box von infolox. Der erfolgreiche Website-Relaunch liefert alle relevanten Informationen für Desktop und Mobile auf einen Blick und einen Klick.

Nach der Analysephase seitens Renfert und gemeinsamer Evaluierung und Auswahl von PIM-System und CMS erfolgte die Komplettbeauftragung von infolox mit der Einführung einer neuen Systemlandschaft bei gleichzeitigem Relaunch des kompletten Online-Auftritts von Renfert. Hierbei kam das PIM-System EPIM von Viamedici und das CMS eZ Plattform mit den Omnichannel-Box-Bundles von infolox zum Einsatz.

Im Fokus der Neukonzeption der Website mit integriertem E-Catalog, Serviceportal, Produktfinder und umfangreichem Infocenter standen von Anfang an die Prozesse und Use Cases der wichtigsten Zielgruppen.

Dazu wurden von Renfert alle Produkte entsprechend neu klassifiziert, den Anwendungen und Zielgruppen zugeordnet sowie in acht Sprachen im PIM-System erfasst. Schnittstellen zum ERP (MS Dynamics AX) bilden die Grundlage für sauber definierte Stammdatenprozesse und eine entsprechend automatisierte Übergabe aller relevanten Daten aus AX ins PIM und ins CMS.

Erstes Ergebnis der neuen Omnichannel-Strategie und des neu aufgesetzten Omnichannel-Backends aus PIM und CMS ist das gänzlich neue Webportal, das sowohl die Presales- als auch Aftersales-Prozesse umfassend unterstützt.

Ein Infocenter mit umfangreichem Fachwissen, Videos, Dokumenten und News, ein digitaler Produktkatalog mit Produktfinder und Merkzettel zur Anfrage der Produkte, ein Serviceportal mit FAQs, Ersatzteilzeichnungen und weiteren Inhalten, ein geschlossener Partnerbereich mit weitergehenden Informationen, ein geschützter interner Bereich für die Mitarbeiter von Renfert – dies sind nur einige Highlights der umfangreichen Lösung.

Mit der mächtigen Suche sind Produktinfos mit wenigen Klicks auffindbar.

Nicht zuletzt macht das moderne und responsive Webdesign das Stöbern und Surfen auf jedem Endgerät zu einer positiven Anwendererfahrung.

“

Wir haben lange evaluiert und recherchiert, um für unser Omnichannel-Projekt den richtigen Partner zu finden. Die Digitalisierung der Pre- und Aftersales-Prozesse ist gerade im Backend relativ komplex. Damit nicht nur für unsere Kunden, sondern auch für uns intern das Motto „making work easy“ zur Realität wird, war es für uns sehr wichtig einen zentralen Partner zu haben, der uns auf dem Weg konzeptionell und IT-integrationstechnisch begleitet. Mit infolox haben wir einen Partner gefunden, der Front- sowie Backend-Kompetenz mitbringt. Wir freuen uns schon auf den weiteren Ausbau unserer Omnichannel-Kommunikation mit infolox.

Sören Hug
Geschäftsführer bei der Renfert GmbH

Über Renfert

Die Renfert GmbH entwickelt und produziert seit 1925 intelligente Lösungen und zuverlässigen Service für Technik und Produkte, mit denen Zahntechniker und Zahnärzte weltweit ihre Leidenschaft für Details in die Tat umsetzen. In dem inhabergeführten mittelständischen deutschen Unternehmen sind ca. 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Der Hauptfirmensitz liegt in Hilzingen in der Bodenseeregion. Alle Produkte sind „Made in Germany“ und werden über den qualifizierten Fachhandel in mehr als 120 Länder geliefert.



Ein Onlineshop, 50.000 verschiedene Artikel, fünf Sprachen. Das macht dann ... richtig, das macht eine Menge Arbeit, die Daten alle manuell zu pflegen. Wir zeigen Ihnen, wie Sie diesen Aufwand auf ein Minimum reduzieren – und zwar mithilfe von Künstlicher Intelligenz.

Der Begriff Künstliche Intelligenz (KI) ist in aller Munde und hält sich nach wie vor wacker auf den Toprängen der Buzzword-Listen. Was aber steckt genau dahinter und wie kann man als Unternehmen, das nicht gerade Google oder Amazon heißt, die Vorteile von KI auch im eigenen Business optimal nutzen?

Die digitale Transformation ermöglicht eine ganz neue Form wirtschaftlicher Prozesse, die eine übergreifende Vernetzung zur Folge haben. So muss beispielsweise ein Händler heute nicht nur darauf achten, dass die Produkte im stationären Geschäft mit den richtigen Informationen versehen sind, sondern hat gleichzeitig auch noch viele weitere Kanäle, wie beispielsweise Katalog, Onlineshop, Social Media und / oder Marktplätze zu managen. Das Datenmanagement nimmt je nach Umfang des Produktsortiments mehr Zeit in Anspruch. 50.000 Artikel in mehreren Sprachen zu verwalten und anhand der Bilddateien Farbe, Größe oder Artikelkategorie manuell zu pflegen, kann auf diese Weise locker ein paar Mitarbeiter ein halbes Jahr lang beschäftigen. Hinzu kommt, dass diese Eingaben natürlich auch fehleranfällig sind und dazu führen können, dass die Produktinfos nicht konsistent und korrekt über die verschiedenen Touch Points nach außen kommuniziert werden.

Künstliche Intelligenz schöpft fast täglich neue Quellen für überraschende Möglichkeiten, die zunehmend auch in Marketingprozessen eingesetzt werden können. Der Hersteller der technologieführenden Software-Lösung für Product Information Management (PIM) und Media Asset Management (MAM), CONTENTSERV, integriert KI nun auch in sein innovatives Tool.

Mit dem sogenannten MAM Image Recognizer werden Bilddateien nicht mehr nur wie bisher in das CONTENTSERV System importiert, sondern mittels Künstlicher Intelligenz auch automatisch verschlagwortet. Keywords werden festgelegt, Gesichter, Produkt-Marken und Farben erkannt und auch ein vollautomatischer Übersetzungsprozess ist an die intelligente Lösung gekoppelt. Innerhalb kürzester Zeit werden so die relevanten Bildinformationen verfügbar gemacht – und das in sämtlichen

Sprachen. Der MAM Image Recognizer verkürzt die Time-to-Market auf ein Minimum und hilft Unternehmen dabei, ihre Bilddaten unter Zuhilfenahme Künstlicher Intelligenz effizient zu managen.

KI-Technologie führt beim Produkt- und Bilddatenmanagement aber nicht nur zu enormen Einsparung hinsichtlich Personal und Zeit, sondern macht die Prozesse auch transparent. Fehler können auf diese Weise vermieden werden und führen zu einer konsistenten Produktkommunikation über alle Kanäle hinweg. Das sorgt für eine optimale Customer Journey im Omnichannel-Marketing von heute.



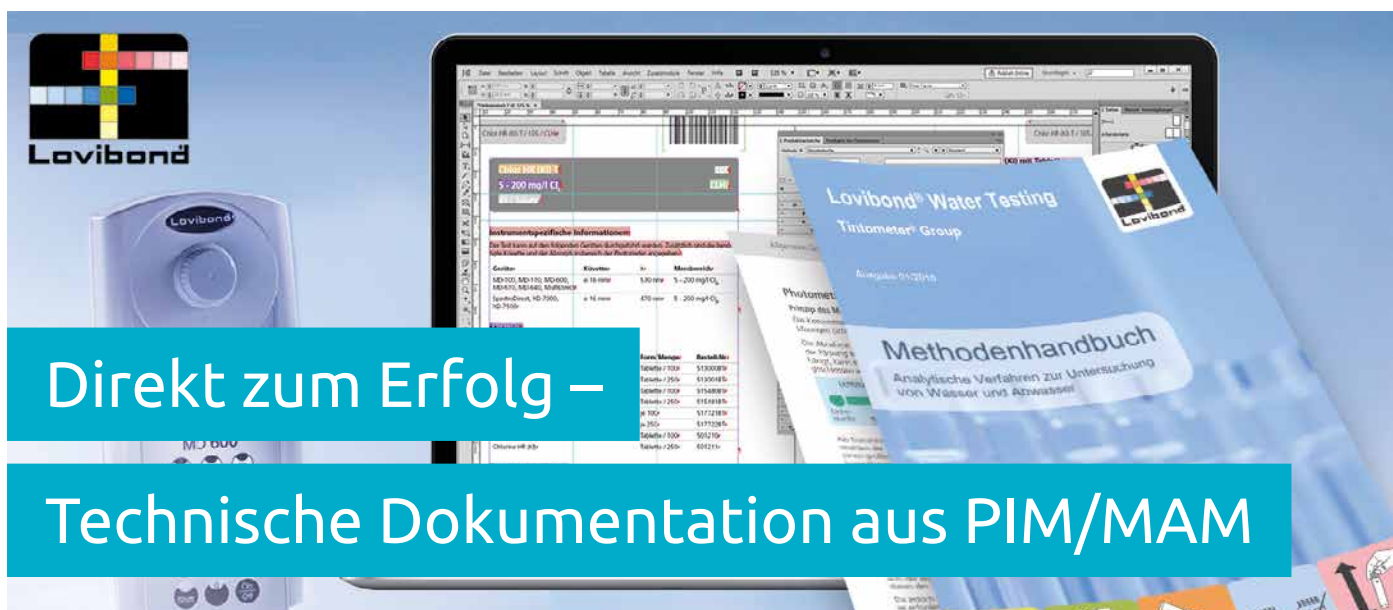
Alexander Wörl, Head of Research and Presales bei CONTENTSERV, zeigt Ihnen im Video, wie der Einsatz von Künstlicher Intelligenz aus 50.000 Euro Personalkosten 500 Euro Transaktionskosten macht und die Kosten somit auf 1% schrumpfen lässt. Profitieren auch Sie von den Vorteilen der KI und treiben Sie damit Ihre digitale Transformation voran! [<https://bit.ly/2HyNjYe>]

Über CONTENTSERV

Mit den führenden Software-Lösungen von CONTENTSERV organisieren und optimieren Markenhersteller und Retailer zentral ihre Produktinhalte. Dadurch bieten sie ihren Kunden eine einzigartige, emotionale Product Experience über alle Touch Points hinweg.

Das Product Information Management-System (PIM) digitalisiert die Marketing Prozesse und sorgt für eine effiziente und emotional ansprechende Produktkommunikation, deren Datenqualität und Aussagekraft um ein Vielfaches steigt. Das innovative Contextual MDM ist auf umfangreiche bzw. lokal unterschiedliche Produktsortimente spezialisiert und ermöglicht eine beispiellose maßgeschneiderte Product Experience in Real-time über alle Kanäle.

Mehr als 300.000 Anwender in 89 Ländern nutzen die technologieführenden CONTENTSERV Softwarelösungen, die vielfach von internationalen Analysten als führend ausgezeichnet wurden. Nicht umsonst zählt CONTENTSERV zu den 10 TOP Innovatoren und „Strong Performern“ im PIM-Bereich.



Mit Hilfe von infolox erstellt Tintometer technische Dokumentationen direkt aus dem PIM/MAM-System von CONTENTSERV. Dies spart die Zeit und den Aufwand für die Einführung, Konfiguration, Befüllung und den Betrieb eines speziellen Redaktionssystems für diese Art von Publikationen.

Tintometer entwickelt und produziert innovative Lösungen zur Wasser- und Farbanalyse. Zur richtigen Anwendung der Produkte finden sich alle relevanten Informationen zu Prinzipien der Messung, Testverfahren, Einflussfaktoren sowie Anweisungen zur Anwendung in Methodenhandbüchern zusammengefasst. Diese Handbücher stellen eine zentrale, umfangreiche und strukturell sehr anspruchsvolle technische Dokumentation dar.

Nachdem Tintometer mit infolox ein mehrstufiges, flexibles Datenmodell zur Kombination von Geräten, Messverfahren, Reagenzien und Zubehör im PIM/MAM-System von CONTENTSERV eingeführt hatte, bot es sich an, noch einen Schritt weiter zu gehen: direkt aus dem PIM/MAM-System Methodenhandbücher zu erstellen, ohne dafür ein gesondertes Redaktionssystem zu verwenden.

Bei Redaktionssystemen für die technische Dokumentation handelt es sich um datenbankbasierte Systeme, in denen Text- und Bildelemente als Module abgelegt und verwaltet werden. Einmal erstellte Module lassen sich mit einem nutzerfreundlichen Frontend in der Datenbank leicht wieder finden, aktualisieren und zur Publikation in beliebigen Medien aufbereiten. Es handelt sich mithin im Wesentlichen um Funktionen, über die ein PIM-System ebenso verfügt.

Warum also nicht das PIM/MAM als Redaktionssystem für technische Dokumentation verwenden?

Dies spart Zeit, Kosten und Aufwand für die Einführung, Konfiguration, Befüllung, Lizenzierung und den Betrieb eines weiteren Systems.

Die Voraussetzung dafür wurde mit infolox durch die konzeptionelle Modularisierung auf der Bausteinebene im PIM/MAM-System geschaffen. Eine Bedienungsanleitung für eine Methode besteht

dabei aus einem einleitenden Teil zur Vorbereitung, einer Ablaufbeschreibung der einzelnen Mess- und Arbeitsschritte und einem technischen Teil mit Details zur Messmethode.

Für die Ablaufbeschreibung der Arbeitsschritte wurde eine geräte- und methodenneutrale Bibliothek erstellt. Hier werden Platzhalter-Texte, Bilder und InDesign-Comet-Templates definiert. Für die konkrete Anleitung zu einem Gerät werden in einer zweiten Struktur die einzelnen Bibliotheks-Elemente aneinandergereiht und mit spezifischen Werten angereichert. In einer CONTENTSERV-View wird dann das eigentliche Handbuch definiert: Für die einzelnen Methoden werden die Produktinformationen und Arbeitsschritte organisiert.

Die Ausleitung nach InDesign wird mit diesem Konzept nahezu vollautomatisch umgesetzt.

„ Die für unsere Kunden so wichtigen Methodenhandbücher können wir nun unkompliziert, mit aktuellen Datenmodulen und schnell direkt aus unserem PIM/MAM-System erstellen – ohne ein weiteres IT-System im Haus zu haben. Das spart uns Zeit sowie Geld und reduziert dank infolox die Komplexität in unseren Abläufen erheblich!

Matthias Ostermann,
PIM-Manager bei der Tintometer GmbH

Über Tintometer

Die Tintometer Gruppe ist eines der führenden Unternehmen im Bereich der Wasseranalytik. Mit der Marke Lovibond® werden in über 140 Ländern innovative Produkte für die exakte Analyse unterschiedlicher Wasserarten angeboten: Von Trink- und Brauchwasser über Oberflächen- und Grundwasser, Roh- und Abwasser bis hin zu Kühl-, Kessel- und Schwimmbadwasser finden Kunden die für sie passenden Produkte im Portfolio.



Prozesse optimieren, Aufwand und Kosten senken sowie den Markenauftritt zeitgemäß auffrischen – so lautete der Auftrag von Wakol an infolox. Hierzu wurde die gewachsene Systemlandschaft des führenden Anbieters und Herstellers von Verlegewerkstoffen durch ein zentrales, multimediales Datenmanagement als zukunftssichere und ausbaufähige Omnichannel-Marketing-Plattform abgelöst.

Die Umsetzung des Projektes für das Familienunternehmen aus Pirmasens startete mit dem Relaunch der Wakol-Website. Es galt, sowohl die mehrsprachige Unternehmenswebsite für den deutschen als auch die Inhalte für den amerikanischen Markt, ergänzt um Microsites und separate Mobile-Versionen der Unternehmensauftritte in die neue Lösung zu überführen.

Ausschlaggebend für die Empfehlung von infolox, als CMS auf die Enterprise Open Source Software von eZ Systems zu setzen, war die Möglichkeit, dort sogenannten Mixed Content pflegen zu können. In einem System werden dabei Produktinformationen und redaktionelle Inhalte gemanagt – mithin eine zentrale Omnichannel-Lösung, die alle marketingrelevanten Publikationen in alle Kanäle publiziert.

Ein Redesign verschaffte der Website ein zeitgemäßes und modernes Look-and-Feel. Parallel wurde ein Konzept zur Optimierung von Usability und Funktionsstärke erarbeitet. Zudem wurde eine Variante für mobile Endgeräte neu konzipiert und umgesetzt. Nach dem Website-Relaunch startete Wakol gemeinsam mit dem Kooperationspartner Loba GmbH & Co. KG eine Kunden-Gewinnspielaktion in Form eines Filmwettbewerbs. Produktanwender konnten auf der neuen Plattform selbst gedrehte Videos einstellen und im Anschluss den Gewinner küren.

Im nächsten Schritt wurde die Publikation der Produkt-Datenblätter automatisiert. Sie waren bis dahin äußerst aufwendig mit MS Word erstellt worden. Für die automatisierte Lösung wurden die Produktdaten in eZ angereichert.



www.infolox.de



www.qr-infolox.de

Zur Erstellung neuer Datenblätter kann Wakol nun auf ein komfortables Pflegebackend zurückgreifen. Dort werden die Inhalte auf Basis von Textbausteinen per Drag-and-Drop zusammengestellt und mehrsprachig publiziert. Übersetzungen werden ebenfalls direkt gepflegt.

Änderungen einzelner Textbausteine (z.B. DIN-Normen) werden in einem Wörterbuch gepflegt und damit über alle Einsatzorte und Publikationen hinweg von zentraler Stelle aus aktualisiert. Die Publikation der Datenblätter erfolgt automatisiert über einen Prozess, der das fertige PDF sofort rendert und für Ansicht oder Download bereithält.

„ Mit dem Relaunch unserer Website durch infolox sind wir sehr zufrieden. Die Pflege unserer Produktinformationen und redaktionellen Inhalte in eZ-Publish ist sehr intuitiv und übersichtlich. infolox hat hierfür ein überzeugendes Backend-Konzept entworfen und umgesetzt. Nun können wir alle Online- und Printpublikationen zentral und komfortabel pflegen und direkt veröffentlichen.

Birgit Hansen,
Leiterin Vertriebsinnendienst/Marketing und
Projektleiterin bei der Wakol GmbH

Über Wakol GmbH

Wakol ist ein führendes Familienunternehmen mit mehr als 200 Mitarbeitern in der Gruppe. Die Wakol GmbH entwickelt, produziert und vertreibt sehr erfolgreich Klebstoffe und Compounds mit hohem Qualitätsanspruch.

KONTAKT



infolox GmbH
Bregenzer Straße 101
D-88131 Lindau

Niederlassung Dortmund
Heiliger Weg 60
D-44135 Dortmund

Fon: +49 8382 27 5894-0
Fax: +49 8382 27 5894-9

Fon: +49 231 586 98 49-0
Fax: +49 231 586 98 49-9