



## Printkatalog und Preislisten für SOLA-Messwerkzeuge

**infolox konzipiert und realisiert das automatisierte Print-Publishing für die SOLA-Messwerkzeuge GmbH mit drei Sortimenten und neun Sprachen – direkt aus Microsoft Dynamics NAV.**

Nach einer kurzen Analyse- und Evaluierungsphase erhielt infolox von SOLA-Messwerkzeuge den Auftrag für die Konzeption und Umsetzung des neuen Printkatalogs samt verbundener Preislisten aus dem ERP-System Microsoft Dynamics NAV.

Als Basis für das automatisierte Publishing mit Adobe InDesign dient dabei das XML-Austauschformat OML von infolox, das nach kurzer Abstimmung mit den ERP-Experten von SOLA-Messwerkzeuge direkt aus Dynamics NAV erzeugt werden konnte.

Bereits vier Wochen nach Projektstart konnte SOLA-Messwerkzeuge die erste Ausleitung der Printpublikationen zur inhaltlichen Prüfung und Fertigstellung übernehmen. Über den Publishing-Prozess von infolox werden nun Printkataloge für drei Sortimente und neun Sprachen sowie die dazugehörigen Preislisten vollautomatisiert publiziert.

Mit infolox-Skripten und dem Publishing-Tool ixConnect für InDesign konnte auch die inhaltsabhängige Platzierung der Grafiken sowie die Erzeugung der dynamischen Seitenverweise automatisiert werden. Die sprachabhängigen Texte werden dabei als „bedingte Texte“ platziert.

Der Aufwand für das Publishing der Kataloge und Preislisten reduziert sich durch die direkte Datenübernahme des gesamten Inhalts aus dem ERP-System und die automatische Erzeugung der InDesign-Dokumente auf die inhaltliche Prüfung der Daten. Deren Bereinigung und Korrektur verbessert die ERP-Datenqualität und wirkt sich damit auch auf andere betriebliche Prozesse positiv aus.

### Über SOLA-Messwerkzeuge GmbH

SOLA-Messwerkzeuge, mit dem Sitz Götzis in Österreich, ist weltweit führend in der Entwicklung und Produktion hochqualitativer Messinstrumente.

**www.nauarchus.com**  
Ihr Webshop  
für Bootszubehör

powered by infolox



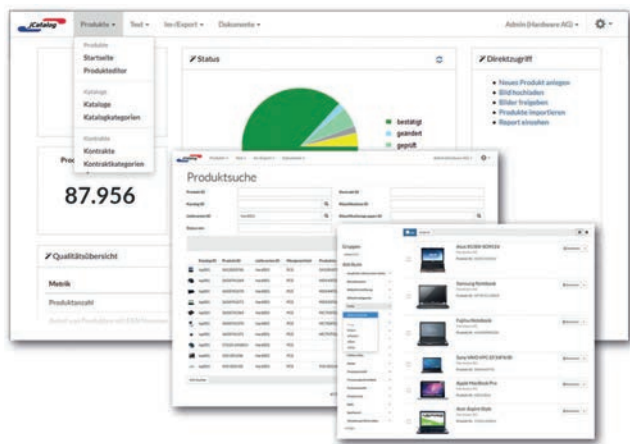
# jCatalog PIM 8 – die neue Version

## Crossmediale Produktkommunikation

Gut angelegte Produktinformationen sind der Schlüssel zum Geschäftserfolg von Händlern und Herstellern.

Der Product Information Manager (PIM) von jCatalog bringt genau das, was diesen Schlüssel ausmacht: Qualität und Struktur in die Produktdaten. Alle relevanten und in diversen Kanälen verteilten Informationen werden in PIM zentral abgelegt und gebündelt. Die unerlässliche Datenpflege wird durch intuitive Oberflächen und Komfortfunktionen erleichtert.

### Aktuelle Informationen in allen Kanälen



### Anreicherung mit kaufmännischen Daten

Durch Schnittstellen zum Warenwirtschaftssystem (z.B. SAP, Microsoft Dynamics) werden die Produktdaten zusätzlich mit kaufmännischen Daten angereichert. Gleichzeitig erhält das ERP-System den neuesten Stand aus dem PIM-System.

### Branchen- und kundenspezifische Informationen

In den unterschiedlichen Branchen werden spezifische Standards verwendet. jCatalog-PIM bildet deshalb alle gängigen Standards, wie ETIM, eCl@ss, TecDoc etc. ab.

Alle Produkte lassen sich mit vertrieblichen Informationen ergänzen, zum Beispiel mit Bildern, Logistik- und Verpackungsangaben, Inhaltsstoffen sowie Informationen zur Print- und Internetnutzung. Auch Preisinformationen mit allen erforderlichen Details lassen sich hinzufügen, dazu gehören Staffelpreise, Verkaufsmengen und -einheiten, Kundenpreise, Gültigkeitszeiträume und Sortimentszugehörigkeiten.

In der **Elektroindustrie** z. B. kommt es darauf an, Produktinformationen entsprechend den kurzen Innovationszyklen aktuell zu halten. Außerdem müssen schwankende Rohstoffpreise einbezogen und ständig wachsende Absatzkanäle bedient werden. Weiterhin lassen sich Produktreichtlinien und länderspezifische Kennzeichnungspflichten mit in die Produktinformationen einbeziehen.

Ein weiteres Beispiel ist die **Werkzeugbranche**. Hier ist die Anreicherung mit Informationen über den gesamten Produktionsprozess hinweg wesentlich, auch unter Berücksichtigung von individuellen Kundenwünschen.

### Händler-Anforderungen

jCatalog-PIM ist auf die Erfordernisse von Handelsunternehmen ausgelegt. Hier werden zum Teil mehrere Millionen Produktinformationen bereitgestellt und aktuell gehalten. Ein weiteres Thema ist das Managen von Marken. Die Unternehmen sind in der Lage, sowohl ihre Eigenmarken als auch die Daten identischer Marken von unterschiedlichen Lieferanten zu verwalten.

### Weitere Funktionen und Vorteile für Handelsunternehmen

- **Lieferantenportal:** Lieferantendaten werden automatisiert überprüft und gegebenenfalls korrigiert an den Lieferanten rückübertragen, so dass sein Datenbestand denselben Qualitätsstatus hat wie der des Händlers.
- **Cross Selling:** Durch Verknüpfungen und Verweise auf Zubehör und Ersatzteile wird der Verkauf gesteigert.
- **Reagieren auf Marktanforderungen:** Schnelles Erstellen von länderspezifischen und kundenindividuellen Produkt-Bundles und Sortimenten.

### Herstellerrelevante Daten

Hersteller profitieren von statusgetriebenen Workflows, die die Datenanreicherung aus den unterschiedlichen Abteilungen steuern. Mit einem mehrstufigen Freigabeprozess und entsprechenden Berechtigungen werden die Nutzer durch den Eingabeprozess geleitet, so dass die Arbeitsschritte am Produkt korrekt durchgeführt werden.

### Weitere Funktionen und Vorteile für Hersteller

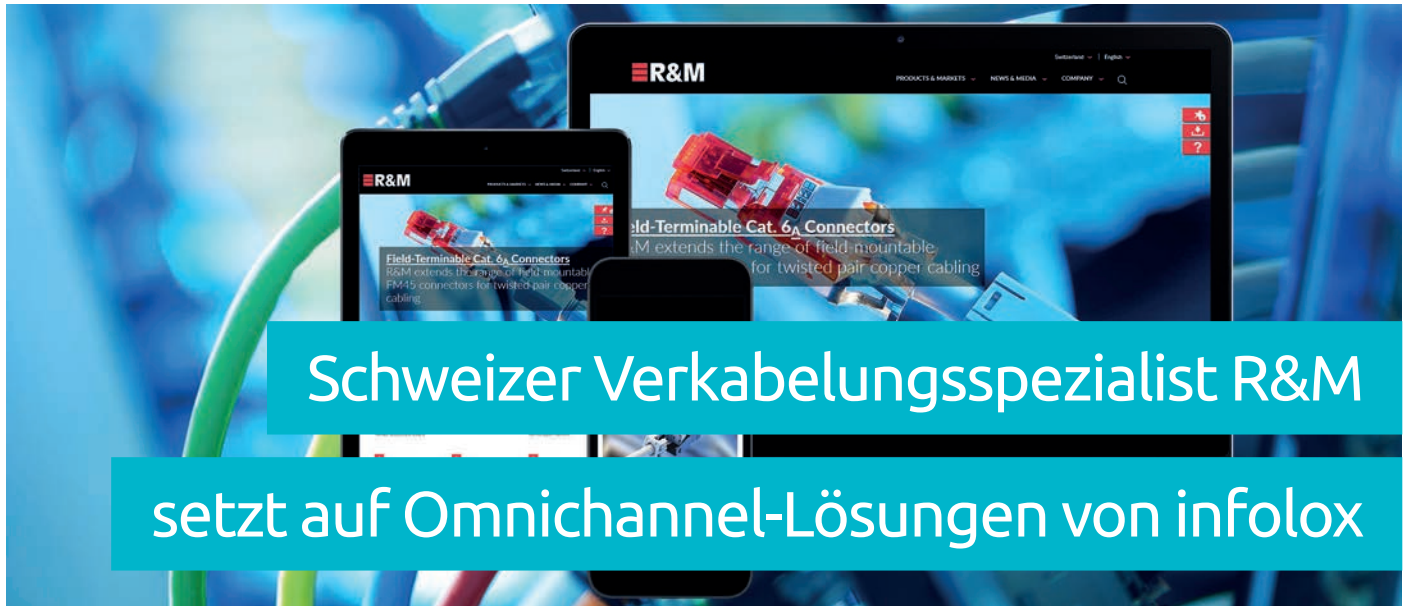
- **Service-/Kundenportal:** Bereitstellung von zusätzlichen Medien wie CAD-Dateien, Handbüchern, Sicherheitsdatenblättern oder Explosionszeichnungen.
- **Datenhoheit:** Verbindliches Definieren und direktes Verwenden der Terminologie in internen Systemen und auch in externen Übersetzungssystemen.
- **Datenerfassung:** Einfache Arbeitsschritte zur Erfassung von Produktvarianten und -versionen.

### Zusammenfassung

jCatalog-PIM ist durch seinen breiten Funktionsumfang flexibel in den unterschiedlichsten Branchen einsetzbar, weil es die zum Teil sehr spezifischen Anforderungen im Standard erfüllt. PIM 8 ist noch stärker an die Arbeitsweise der Benutzer angepasst und beschleunigt damit zusätzlich die Datenbearbeitung. Ausgabekanäle wie Marktplätze, Webshops oder individuelle Printkataloge erhalten genau die Produktinformationen, die für den jeweiligen Kanal relevant sind.

Weitere Infos auf [www.jcatalog.de](http://www.jcatalog.de)

jCatalog ist ein Unternehmen der **OpusCapita**



## Schweizer Verkabelungsspezialist R&M

# setzt auf Omnichannel-Lösungen von infolox

**infolox konzipiert und realisiert für Reichle & De-Massari, den Kommunikationsspezialisten aus Wetzikon, ein Online-Portal als leistungsstarke Informationsplattform für die Zielgruppen Planer, Installateure und Rechenzentren. Dies ist jedoch nur der erste Schritt in der neuen Omnichannel-Strategie des weltweit agierenden Herstellers von Netzwerktechnik.**

Qualität in der Kommunikation treibt seit jeher Reichle & De-Massari als führenden Schweizer Spezialisten für Verkabelungs- und Systemlösungen an. Seine innovativen Produkte für hochwertige Kommunikationsnetze möchte R&M daher mit ebenso hochwertigen Marketing- und Informationslösungen zum Anwender bringen.

Diesem hohen Anspruch wurde bereits die Auswahl des Partners gerecht, mit dem die Wetziker das Thema Omnichannel künftig angehen werden. Mit Unterstützung eines Beratungsunternehmens wurden in einer Vorauswahl über 50 potenzielle Anbieter bewertet, zehn Unternehmen durften Angebote und Fachkonzepte präsentieren – und die abschließende Wahl fiel auf infolox.

Gemeinsam mit der deutschen Full-Service-Agentur für medienübergreifende Lösungen entwickelte R&M eine umfangreiche und mehrjährige Omnichannel-Strategie. infolox zeichnet dabei auch für die gesamte Umsetzung verantwortlich.

„ infolox überzeugte uns in der Auswahlphase durch die seltene Kombination von Industrie- und Lösungskompetenz. Die Lindauer verstehen unsere Aufgabenstellung ebenso wie die unserer Kunden. Als pragmatischer Full-Service-Anbieter setzen sie auch um, was sie konzipieren – und wir als Auftraggeber haben damit nur einen Ansprechpartner für alle Aspekte des Themas Omnichannel.“

Andreas Blöchliger,  
Head of MarCom & E-Media und Projektleiter  
bei Reichle & De-Massari AG

Als erster Meilenstein ging im Februar diesen Jahres die durchgängig modernisierte Online-Plattform [www.rdm.com](http://www.rdm.com) live.

Auf Basis der Analysen von infolox wurde sie auf die speziellen Bedürfnisse der Zielgruppen von R&M hin optimiert. Planer, Installateure und Verantwortliche in Rechenzentren finden hier für sie aufbereitete Lösungsvorschläge und Applikationen, detaillierte Produktinformationen und Fachwissen. Dank Produktfinder, Newsfinder, Mediafinder und Downloadkorb dient die Online-Plattform als „Schweizer Taschenmesser“ für Netzwerkexperten.

Entwickelt wurde das Online-Portal auf Basis des PIM-Systems EPIM von Viamedici und des CMS- und E-Commerce-Frameworks eZ Publish, verbunden mit dem Connector PIM2eZ von infolox. Diese Systemumgebung ist auch die Basis für kommende Ausbaustufen der Omnichannel-Strategie von R&M.

Andreas Blöchliger fasst zusammen: „Mit infolox sind wir nicht nur erfolgreich in Quality, Time und Budget unterwegs, wir haben auch Spaß an der kreativen Zusammenarbeit. Wir freuen uns daher schon sehr auf die nächste Phase unseres gemeinsamen Omnichannel-Projektes.“

### Über Reichle & De-Massari AG

R&M (Reichle & De-Massari AG) ist ein weltweit führender Hersteller von zukunftssicheren Produkten und Systemen für Kommunikations- und Datennetze. In enger Zusammenarbeit mit zertifizierten Partnern entstehen wegweisende Connectivity-Lösungen in den Bereichen LAN, Public- und Telecom-Networks sowie Datacenter. Das Schweizer Familienunternehmen steht für Innovation, Qualität und Kundennähe.

# PROKOM

## Vom Kommunizieren zum Verkaufen

### infolox auf PROKOM Kongress 2016

In Zeiten in denen gilt: alles was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert, ist die Frage, ob auch Marketing und Vertrieb durchgehend digitalisiert werden, überflüssig geworden. Heute geht es nicht mehr um das Ob, sondern nur noch um das Wie: Wie geht man strategisch richtig vor, wie in der Umsetzung, welche Tools sind erforderlich, welche Schnittstellen, welche Prozesse, wie müssen die Daten aufbereitet werden? Der Erfahrungsaustausch spielt hier eine große Rolle – und diesen bietet der PROKOM-Kongress allen Interessierten.

Bei der PROKOM handelt es sich um den Kongress für die internationale Produktkommunikation über alle Kanäle, veranstaltet von der DEUTSCHEN KONGRESS. Nach einem erfolgreichen Auftakt in 2015 geht die PROKOM in diesem Jahr in die nächste Runde. 2016 wird es neben den Fachvorträgen ein nochmals größeres Angebot an Workshops geben. infolox bietet in diesem Jahr zwei Starter-Workshops an. Diese Workshops sind so konzipiert, dass sie einen guten Einstieg in das Thema B2B-Omnichannel-Commerce und Produktkommunikation über alle Kanäle im Unternehmen geben. Neben der Vermittlung von Know-how und der Demonstration von Beispielen bieten die Workshops Raum für Fragen und Diskussionen.

„*Der PROKOM-Kongress ist eine einmalige Plattform, um ein Update zu Trends, Methoden und Technologien mit regem Erfahrungsaustausch und tiefgehenden Diskussionen zu verbinden. Wir freuen uns auch darauf, viele unserer Kunden und Interessenten auf der PROKOM zu treffen!*“

Alexander Pircher,  
Geschäftsführer der infolox GmbH



www.infolox.de



www.qr-infolox.de

**Workshop 1** mit dem Schwerpunkt Backendsysteme und Daten-Management behandelt die internen Zielgruppen und Prozesse der Informations- und Funktionsbereitstellung für ein erfolgreiches Omnichannel-Marketing.

infolox-Mitgründer Alexander Pircher zeigt Wege zu einer optimalen Datenbasis auf: Welche Personen sind als Mitarbeiter oder als Dienstleister involviert? Welche Anwendungsfälle gibt es? Auf welche Systeme (PIM, MAM, ERP, CMS ...) und Prozesse kommt es an? Und wie kann all dies im Change-Prozess optimal gestaltet werden? Hartmut Schell, Vertriebsleiter des PIM-Herstellers jCatalog, rundet das Thema mit einem Beitrag zum Wert von Produktinformationen im Wettbewerb ab.

**Workshop 2** hat den Schwerpunkt Publishing Systeme, Customer Journey und Channel-Management. infolox-Niederlassungsleiter Tim Veldboom zeigt Wege zu einer channelübergreifenden User Experience auf. Wie können die Bedürfnisse der Interessenten und Kunden ermittelt werden? Auf welche Kanäle und Endgeräte kommt es an? Wie kann die optimale Customer-Journey Schritt für Schritt in einem Change-Prozess aufgebaut werden?

**Die PROKOM 2016 findet vom 21. bis zum 23. Juni 2016 in Düsseldorf/Neuss statt.**

Wenn Sie sich über infolox zum PROKOM Kongress anmelden, erhalten Sie einen Rabatt-Code. Rita Nürnberger informiert Sie gerne! Wenden Sie sich an folgende Kontaktadresse: rita.nuernberger@infolox.de Über Ihre Teilnahme würden wir uns sehr freuen!

#### Über den Veranstalter

DEUTSCHE KONGRESS ist unabhängig und informiert in hochkarätigen Veranstaltungen über Trendthemen.

Weitere Infos auf [www.deutsche-kongress.de](http://www.deutsche-kongress.de)

#### KONTAKT



**infolox GmbH**  
Bregenzer Straße 101  
D-88131 Lindau

Fon: +49 8382 275894-0  
Fax: +49 8382 275894-9

**Niederlassung Dortmund**  
Heiliger Weg 60  
D-44135 Dortmund

Fon: +49 231 5869849-0  
Fax: +49 231 5869849-9