

CNO – NETZWERK 2010



Effizienz und Effektivität in der Produktkommunikation

Fallstudie Arthur Flury AG



Inhalt

1	Arthur Flury AG	4
2	Personenabhängige und aufwändige Produktinformationen	5
3	Wirkungsvolle und effiziente Produktkommunikation	5
3.1	Strukturierte Produktinformationen	6
3.2	Effiziente medienübergreifende Katalogpublikation	7
4	Entlastung des Verkaufs	8
4.1	Umfassende und aktuelle Produktinformationen	8
4.2	Imagegewinn durch professionelle Produktkommunikation	8

Im Chief Networking Officer Netzwerk erforschen und entwickeln wir Ideen und Lösungen für ein besseres Verständnis der Anforderungen an die Informatik und der Nützlichkeit der Informatik für das Business. Das Projekt wird getragen von Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung.

Mit Chief Networking Officer (CNO) ist jene Person gemeint, die in der Geschäftsleitung die Verantwortung für die Vernetzung des Unternehmens mit Kunden, Lieferanten und Partnern übernimmt. Der oder die CNO unterstützt unternehmensinterne und betriebsübergreifende Geschäftsprozesse mit Informatik und Telekommunikation, damit die beteiligten Mitarbeiter/innen effizient und effektiv zusammenarbeiten können.

Als Sponsoren unterstützen das CNO Netzwerk 2010:

- GARAIO AG (www.garaio.com)
- Glaux Soft AG – evidence (www.glauxsoft.ch)
- isolutions AG (www.isolutions.ch)
- Ruf Informatik AG (www.ruf.ch)
- SQS Software Quality Systems AG (www.sqs-group.ch)
- Software Improvement Group AG (www.sig.eu)

Wissenschaftliche Partner des CNO Netzwerks 2010 sind: IOP Universität Bern, IWI Universität Bern; IfM Universität St. Gallen; ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Winterthur; Schmalenbach-Gesellschaft

Verbandspartner des CNO Netzwerks 2010 sind: simsa; Swiss Marketing SMC; Win-Link; SWICO; internet-briefing.ch; INNO+Swiss (IFJ/venturelab); asut; SWICO

Medienpartner des CNO Netzwerks 2010 sind: Netzmedien; IT Business; ICT in Finance; inside-it

1 Arthur Flury AG

Die Arthur Flury AG - ein weltweit tätiges Schweizer Unternehmen - ist führend in der Entwicklung und Produktion von elektrotechnischem Verbindungsmaterial. Das Unternehmen ist im In- und Ausland für einwandfreie Qualität und innovative, den Marktbedürfnissen angepasste Produkte bekannt. Das Sortiment teilt sich in die drei Produktlinien Bahntechnik, Erdungs- und Blitzschutzsysteme und Energienetztechnik. Die Arthur Flury AG ist ein Familienunternehmen in der dritten Generation. Die Wahl des Standortes Deitingen/SO für Produktion, Entwicklung und Firmenleitung versteht das Unternehmen als klares Bekenntnis zum Werkplatz Schweiz. Eine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung stellt die Innovationskraft der Arthur Flury AG sicher. Vor allem in den Bereichen Bahn- und Energienetztechnik verschafft sich das Unternehmen in Zeiten wachsender Konkurrenz aus dem asiatischen Raum durch ständige Produktentwicklung und -verbesserung den Vorteil, immer einen Schritt voraus zu sein. Daneben geht das Unternehmen flexibel auf individuelle Wünsche und Anforderungen ein und gestaltet die enge Zusammenarbeit mit Kunden für jeweils beide Seiten gewinnbringend.

Während sich die Produkte in den Bereichen Bahn- und Energienetztechnik vor allem an Grosskunden richten, sind Schweizer Spenglerei- und Elektroinstallationsbetriebe die zentrale Kundengruppe für die Erdungs- und Blitzschutzsysteme.

*Daniel J. Binzegger,
Mitglied der Geschäftsleitung*



„Der Zeitpunkt für eine Optimierung unserer Produktkommunikation war definitiv gekommen. Mit Hilfe von Visualize haben wir gleich zwei bis drei Innovationsschritte überspringen können.“

Diese Fallstudie beschreibt, wie die Arthur Flury AG mit Hilfe der Visualize AG ihre Produktkommunikation harmonisiert, intensiviert und durch den Einsatz eines Produktinformations-Management-Systems effizienter gestaltet hat: Sämtliche relevanten Produktinformationen sind konsistent und in hoher Qualität für alle Kommunikationskanäle verfügbar. Dies steigert nicht nur die Effizienz sondern auch die Effektivität der Kommunikation mit Kunden und Absatzpartnern.

Ansprechpartner	Unternehmen	Funktion
Daniel J. Binzegger	Arthur Flury AG	Mitglied der Geschäftsleitung
Peter Ruch	Visualize	Konzeption & Gestaltung, Geschäftsleitung
Simon Ehrenbaum, Norman Briner	sieber&partners	Autoren

Abbildung 1: Ansprechpersonen

2 Personenabhängige und aufwändige Produktinformationen

Die Pflege der Produktinformationen stellt für die Arthur Flury AG mit rund 6'000, teilweise komplexen technischen Produkten und vier Zielsprachen eine Herausforderung dar.

Das Unternehmen verfügte vor der Einführung des Produkt-Informations-Management-Systems (PIM-System) über keine spezifische IT-Lösung für die systematische Verwaltung der marketingrelevanten Produktinformationen und die Produktion der umfangreichen Produktkataloge. Die Produktbeschreibungen wurden sporadisch für die Produktion von Produktkatalogen überarbeitet und ergänzt. Ein externer Grafiker realisierte die Produktkataloge in gängigen Layoutprogrammen, so dass die kompletten Produktinformationen lediglich in Form dieser nicht weiter verwendbaren Dateien vorlagen. Dies schuf nicht nur eine grosse Abhängigkeit, sondern verursachte auch hohe Aufwände. Da die Produktbeschreibungen sehr textintensiv waren, gestaltete sich auch die Herstellung der verschiedenen Sprachversionen sehr aufwändig.

Die nur sporadische Produktion und Auslieferung von neuen Produktkatalogen sowie die Tatsache, dass auf der Website keine Produktinformationen publiziert waren, beeinträchtigte zunehmend die Qualität und Aktualität der Kommunikation und damit die Marktpräsenz der Arthur Flury AG - ein Missstand, der sich zwar nicht in allen Bereichen des Unternehmens gleich stark bemerkbar machte. Gerade bei den Erdungs- und Blitzschutzsystemen, die nicht nur von persönlich betreubaren Grosskunden gekauft werden, erkannte das Unternehmen jedoch die Notwendigkeit einer intensiveren, flexibleren und kundenfreundlicheren Produktkommunikation.

Folgende Ziele wurden mit der Modernisierung der Produktkommunikation und der Einführung eines PIM-Systems verfolgt:

- **Minimierung von Risiken:** Erleichterte Pflege und höhere Verfügbarkeit der Produktinformationen
- **Stärkung des Images:** Hohe Qualität der Produktkommunikation sowie unternehmensweite, mehrsprachige und online verfügbare Produktinformationen
- **Effizientes Informieren der Kunden:** Erleichterte Produktion von kundenspezifischen Produktkatalogen bzw. Teilkatalogen

3 Wirkungsvolle und effiziente Produktkommunikation

Bevor die Produktinformationen, die Bilder und die technischen Illustrationen in die PIM-Lösung eingegeben werden konnten, mussten für die rund 6'000, teilweise bereichsübergreifenden Produkte eine eindeutige, alle Produktlinien umfassende Struktur und ein neues Katalogdesign entwickelt werden. Visualize unterstützte die Arthur Flury AG bei beiden Aufgaben und übernahm die Projektleitung für die Einführung der PIM-Lösung.

3.1 Strukturierte Produktinformationen

Die Strukturierung der Produkte lässt sich als Baum beschreiben, der sich von den drei Bereichen aus immer weiter verästelt, bis jedes Produkt eindeutig in der Baumstruktur verordnet ist. Diese Struktur ist deshalb wichtig, weil sie die Schnittstelle zwischen Innen- und Aussensicht darstellt: Sowohl für die Kunden als auch für die in Verkauf und Beratung tätigen Mitarbeitenden von Arthur Flury muss die Baumstruktur intuitiv sinnvoll und rasch erfassbar sein, so dass alle die Produkte in den Printkatalogen und dem Online-Katalog finden.

Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit und zur Reduktion der Textanteile wurden pro Produktlinie bis zu 60 sprachunabhängige Piktogramme entwickelt. Diese beschreiben die technischen Eigenschaften der Produkte und dienen als Spaltenüberschriften für die entsprechenden technischen Werte. So konnte eine tabellarische, sprachneutrale Darstellung der technischen Produktinformationen realisiert werden, welche die Vergleichbarkeit der Produkte steigert und die Aufwände für Sprachversionen drastisch minimiert (vgl. Abbildung 2).

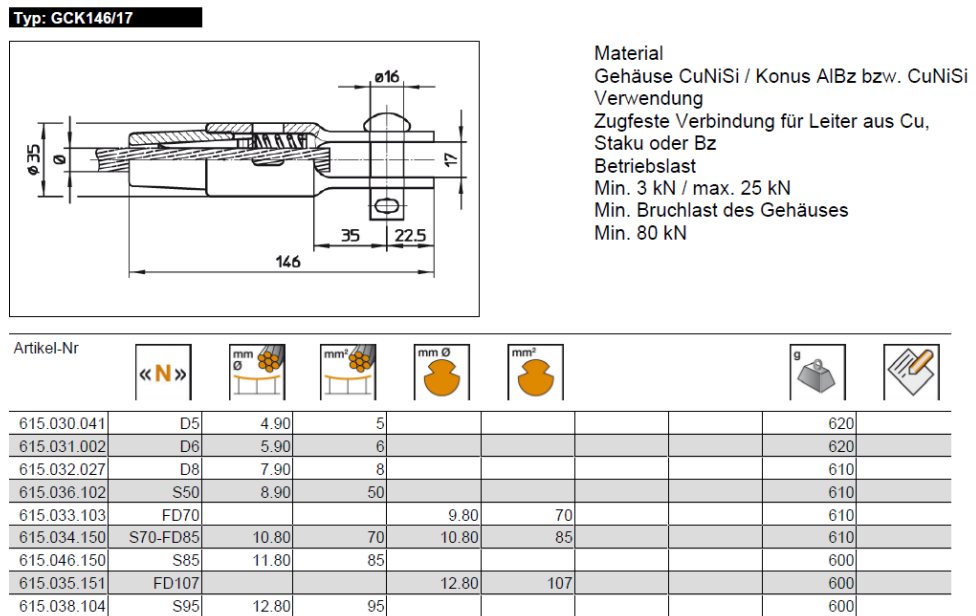


Abbildung 2: Beispiel einer Produktbeschreibung: Gabelendmuffen CuNiSi, Typ GCK146/17.

Eine Vielzahl der Produkte wurde neu durch 3D-Illustrationen visualisiert. Ausgehend von 3D-Konstruktionsdaten wurde eine marketingtaugliche und druckbare Darstellungsweise entwickelt, welche die Aufwände für Fotografie massiv senkt und die visuelle Erfassbarkeit der Produkteigenschaften verbessert (vgl. Abbildung 3).

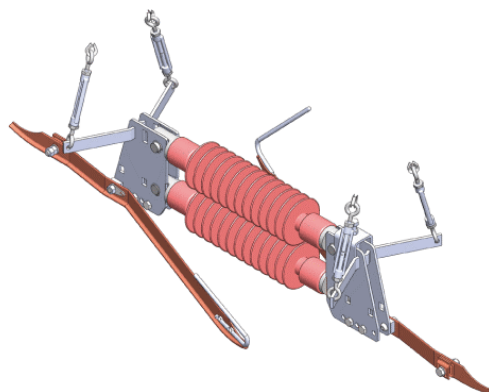


Abbildung 3: Beispiel einer 3D-Illustration: Trenner bis 15 kV AC.

3.2 Effiziente medienübergreifende Katalogpublikation

In der von der Online Group realisierten PIM-Lösung sind nicht nur alle Produktinformationen, Piktogramme, 2- und 3D-Illustrationen sowie Fotografien enthalten sondern auch allgemeine Seiten der Kataloge wie beispielsweise die Garantieleistungen und allgemeine technische Hinweise. Die Produkte sind nach der Baumstruktur organisiert, so dass eine schnelle Orientierung möglich ist, wenn Anpassungen vorgenommen werden müssen. Die Lösung erlaubt, dass ein Produkt mehreren Produktlinien zugeordnet werden kann und trotzdem müssen die Produktinformationen nur einmal gepflegt werden.

Printkatalog

Dank des PIM-Systems geschieht die Erstellung eines Katalogs praktisch per Knopfdruck: Die Sachbearbeiter der Arthur Flury AG müssen lediglich die gewünschten Produkte, die Sprache sowie die erforderlichen statischen Seiten auswählen. Die PIM-Lösung erstellt anschliessend automatisch ein Inhaltsverzeichnis und generiert ein PDF sowie eine InDesign-Datei, die vor dem Druck durch Visualize kontrolliert und mit einem passenden Titelumschlag versehen wird. So können Kataloge für gesamte Produktlinien, Subkategorien oder auch eine spezifische Auswahl von Produkten für einen Kunden als Teilkatalog gedruckt bzw. als PDF versandt werden.

Online Katalog

Die PIM-Lösung liefert die Produktbeschreibungen auch an die Website der Arthur Flury AG. Auf der Website befinden sich so jederzeit die vollständigen und aktuellen Produktinformationen. Dies bedeutet für das Unternehmen einen Quantensprung. Um kurze Ladezeiten der Webseiten trotz umfassendem Bildmaterial zu garantieren, wird die PIM-Lösung von der Online Group gehostet.

PDF on the Fly

Auf der Website können sich die Kunden einen individuellen Katalog zusammenstellen: Der Kunde selektiert die ihn interessierenden Produkte, indem er sie zum Warenkorb hinzufügt. Dort werden sie zwischengespeichert, bis sich der Kunde ein PDF on the Fly des Warenkorbinhalts erstellen lässt. Dieses Dokument dient dann beispielsweise als Basis für eine Offertanfrage.

4 Entlastung des Verkaufs

Das neue PIM-System ermöglicht der Arthur Flury AG einerseits die einfache Pflege der Produktinformationen und andererseits die Erstellung und Publikation von allgemeinen und kundenspezifischen Print- und Online-Katalogen mit geringem Aufwand. Die strukturierten und visuell überarbeiteten Produktkataloge stärken das Image als Qualitäts- und Innovationsführer. Insgesamt profitiert die Arthur Flury AG von einer effektiveren Produktkommunikation und der entsprechenden Entlastung der Verkaufsteams.

4.1 Umfassende und aktuelle Produktinformationen

Liegen für ein neues Produkt alle benötigten Informationen vor, kann es innert weniger Minuten in das System eingearbeitet und online publiziert werden. Aufgrund der klaren Vorgaben und der hohen Benutzerfreundlichkeit der Lösung können die Produktinformationen von mehreren Mitarbeitern administriert werden. Das Risiko der Produktadministration durch nur eine Person konnte mit der neuen Lösung vollständig getilgt werden.

Durch die einheitlichen Vorgaben zur Produktbeschreibung können die unterschiedlichen Produkte leicht miteinander verglichen werden, was für die Kunden eine sichere Wahl des richtigen Produkts bedeutet.

Von den Informationen auf der Webseite profitieren weltweit auch alle Mitarbeitenden der Arthur Flury AG: Sie haben jederzeit unmittelbaren Zugriff auf alle aktuellen Produktinformationen bspw. im Gespräch mit Kunden.

*Daniel J. Binzegger,
Mitglied der Geschäftsleitung*



„Vor allem im Bereich Energienetztechnik hat sich der Aufwand bereits bezahlt gemacht. Unsere Kunden hatten uns schon fast vergessen - mit den neuen Katalogen haben wir uns mit Erfolg wieder in Erinnerung gerufen.“

4.2 Imagegewinn durch professionelle Produktkommunikation

Die Arthur Flury AG hat mit den neuen Off- und Online-Katalogen Instrumente für eine Imageaufwertung zur Hand. Das Feedback der Kunden zu den neuen Kommunikationsmitteln fiel bisher durchwegs positiv aus.

Dank der PIM-Lösung ist die Katalogproduktion viel effizienter und die Produktkommunikation intensiver: Die Arthur Flury AG verschickt stets aktuelle Printkataloge und entspricht so der Dynamik der eigenen Produktentwicklung und den Bedürfnissen der Zielmärkte. Die Verkaufsmitarbeitenden überreichen zudem den Kunden spezifische Kataloge bei ihren Besuchen. Die intensivere Produktkommunikation steigert damit das Ansehen des Unternehmens, befähigt Kunden zu sicherer Produktwahl und entlastet den Verkauf.