akeneo

Veranstaltungsprodukte Erlebbar machen - rund um die Welt

Akeneo gibt uns die Schnelligkeit und Flexibilität relevante Produktinformationen konsistenter zur Verfügung zu stellen.

– **Nikke Blout,** *Global Marketing Director bei der Adam Hall Group*
– **Marvin Michaelis,** *Team Lead, PIMS bei der Adam Hall Group*

Herausforderungen

- Mit dem Wachstum der Branche & der Digitalisierung mithalten, skalierbar sein zwischen Mensch, Werkzeug und Technologie
- Mängel an der Produktdatenqualität.
- Zeitaufwendige Datenanreicherung aus Exceltabellen

Vorteile

- Ein unproblematischer Ausbau des weltweiten Handels im E-Commerce: strategisch & flexibel
- Im PIM abgebildete Workflows und Freigabeprozesse sind eine Arbeitserleichterung für die Produkt-Teams
- Die Anreicherung der Produktdaten und die Einnahme einer Omnichannel-Perspektive fällt mit einer Best-of-Breed Lösung leichter

Global Player der Eventtechnik-Industrie geht eine optimierte Datenstringenz an

Die im Jahre 1975 von Mr. Adam Hall nahe London gegründete Adam Hall Ltd. begann ihren Weg mit robusten Flightcase-Beschlägen im B2B-Bereich. Heute, sind sie zur Adam Hall Group gewachsen und haben sich zu einem global erfolgreichen, für die gesamte Eventtechnik-Industrie zuständigen Hersteller und Dienstleister entwickelt. Mit Produkten von Beschlägen über Beleuchtungslösungen bis hin zu patentierten Defender-Kabelbrücken und ganzen Bühnensystemen findet jeder vom Industriekunden bis zum Bühnenbauer jeder, was das Veranstaltungsherz begehrt. Adam Hall hat sich bei vier Kundensegmenten erfolgreich positioniert: Rental (Live Events, Konzerte, Festivals, ...), Install (Clubs, Restaurants, Museen, Gotteshäuser...), Retail (Musikhändler, DJs, Musiker...) und Industry (Flightcase Hersteller, Bauindustrie, etc.).

“Haben Sie keine Angst, dass die Digitalisierung der Veranstaltungsbranche zum Verhängnis werden könnte und immer mehr digital stattfindet?” ist eine Frage, die bei Adam Hall regelmäßig fällt. Doch ganz im Gegenteil: die Eventbranche wächst kontinuierlich. Die Adam Hall Group ist dabei erfolgreich mitgewachsen und zu einem der führenden Anbieter der Branche aufgestiegen. Mittlerweile umfasst das Produktangebot neben den sechs Eigenmarken der Adam Hall Group z. Zt. 20 weitere renommierte Vertriebsmarken, die zum Teil exklusiv in Wachstumsstarken Märkten in Asien und Nordamerika vertrieben werden.

Vor dem Hintergrund der internationalen Expansion, sowie der strategischen Positionierung als Serviceführer und Kundenversteher in einem Erlebnisgeschäft “par excellence” schaute sich die Adam Hall Group nach einer geeigneten Lösung um, die es dem Unternehmen ermöglichen würde, Produktinformationen noch stärker und konsequenter an Kundenbedürfnissen auszurichten. Diese Konsequenz im “customer-centric” Ansatz spiegelt sich u.a. in dem beeindruckenden “Experience Center” wieder, in dem Kunden Produktdemonstrationen im voll ausgestatteten Live-Show Auditorium, sowie im Showroom erleben können. Neben dem zentralen B2B-Online-Shop präsentiert das Unternehmen Produkte ebenfalls in sechs dedizierten Brand-Sites, die die Markenwelten darstellen, wie auch in einem Print-Katalog.

> *“Die Produktdatenqualität und die Time-to-Market mussten massiv verbessert werden.”*

Mit dem Anspruch weltweit verbesserte “Product and Solution Experiences” für Kunden zu bieten stieg auch der Anspruch an Verwaltungs- und Anreicherungsprozessen der Produktinformationen. Zum Einen war die Bearbeitung und Abwicklung von Übersetzungen im eigenen ERP nicht effizient und agil zu meistern, zum Anderen wurden immer wieder Mängel in der Produktdatenqualität auffällig. Auch der Umgang mit Maßeinheiten (imperiale und metrische Einheiten) und unterschiedlichen Schriften (z.B. Polnisch, Chinesisch) stellte eine Herausforderung dar. Dementsprechend lang fiel die Time-to-Market aus. Ein zentraler Ort für alle Anreicherungen sollte geschaffen werden, um Altdaten nach und nach zu abzulösen und zu verbessern, und dies ohne dass dieser Prozess für den Kunden sichtbar ist. Das Unternehmen hat sich einen Mechanismus mit Weiche gebaut, der es zulässt, Alt-Daten Kategorie für Kategorie in das neue System zu überführen und zu optimieren.

Anzahl der User: 14

Anzahl der Produkte: 22.973

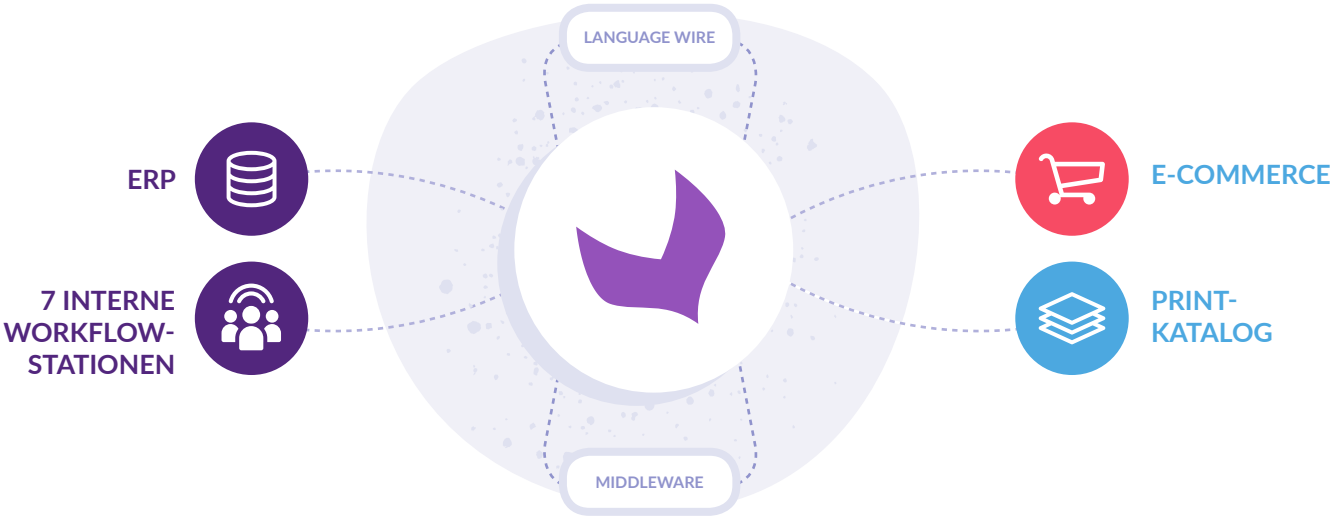
Datenquellen:

- eigenes ERP
- 7 interne Workflow-Stationen

Vertriebskanäle:

- 1 B2B Webshop
- 6 Brand Sites
- Printproduktion

Das Projekt auf einen Blick



Best-of-Breed & Open Source für mehr Flexibilität

Akeneo PIM konnte sich in einem Pitch gegenüber etlichen anderen Anbietern durchsetzen. Ausschlaggebend für die Entscheidung war, dass Akeneo PIM als Open-Source-System Anpassungsfähigkeit und Skalierbarkeit bietet und Adam Hall auf ein großes Partner-Netzwerk von Akeneo-Experten zurückgreifen kann. Zudem überzeugte der Best-of-Breed-Ansatz: „Akeneo versuchte nicht alles zu sein, wie andere Systeme, die jedes mögliche Problem Lösen wollen und dabei für Anwender zu komplex und unübersichtlich werden. Die Flexibilität beim Akeneo PIM und die Möglichkeit der Erweiterungen mit Partnern hat uns überzeugt“, so Marvin Michaelis.

Mit einer zentralen Lösung fällt es leichter, eine Omnichannel-Perspektive auf die Produktinformationen einzunehmen und auf den unterschiedlichen Kanälen genau die für den Kunden richtigen Erlebnisse zu bieten und Lösungen zu inszenieren. Eine der Facetten ist hierbei die Verbesserung der Auffindbarkeit bei Suchmaschinen (SEO) mit Produkt-Content, der besser zu Informationsbedürfnissen passt und ansprechende Einstiege ermöglicht.

Die Produkte werden innerhalb von sieben Stationen/ Abteilungen immer weiter mit Informationen angereichert und geprüft. Dieser Prozess erfolgt zum einen über die Akeneo interne Freigabefunktion und zum anderen über „Smart attributes“ erstellte Workflows. Produkte müssen für eine Bearbeitung auch nicht mehr an- und ausgeschaltet werden, wie im alten System. „Ein großer Vorteil der Enterprise Edition von Akeneo ist das geordnete Publizieren“, erwähnt Marvin Michaelis. Änderungen finden im Hintergrund statt und gehen erst mit der finalen Überarbeitung und Freigabe live.

Im Zuge des Produktdatenmodells möchte die Adam Hall Group im Standard sowie wenigen Anpassungen flexibel arbeiten. Um die Integration in die Systeme kümmern sich eigene Entwickler (für die nachgelagerten Systeme), die die Daten für die unterschiedlichen Zwecke leicht weiterverarbeiten können (Datawarehouse, Integrationsplattform, Webshop).

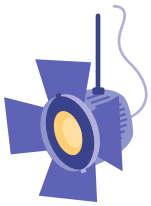
Nach einer 3-4-monatigen Testphase auf der Community Edition stellten sich die Vorteile der Akeneo Enterprise Edition für das Unternehmen klar heraus. Nikke Blout: „Seeing is believing. Es war hilfreich, zu testen.“

> *Seit wir Akeneo benutzen, hat sich die Produktivität der Mitarbeiter stetig verbessert – die Zusammenarbeit der eingespielten Abteilungen ist in unserer deutlich besseren Datenstringenz für unsere Kunden zu erkennen.*

So wurde das Implementierungsprojekt von basecom-Projektleiter, Steffen Krüger sowie zwei Entwicklern und zwei Mitarbeitern Adam Halls, Frau Blout und Herr Michaelis, vorgenommen. Zur Einführung wurden drei Workshoptage für die Mitarbeiter veranstaltet, die am Akeneo PIM arbeiten. Sie lernten sehr schnell und intuitiv damit umzugehen.

„Durch die hohe Benutzerfreundlichkeit wurde das neue PIM-System überaus positiv und mit großer Begeisterung bei den Mitarbeitern angenommen", bemerkt Steffen Krüger. Im Nachhinein wurden zusätzliche, eher technisch basierte Workshops durchgeführt.

Das Akeneo PIM ist nun seit einem halben Jahr in Betrieb (Stand 01.2019) und ein stetiges Projekt, in dem Ideen und Anpassungsvorschläge per Ticket an den Integrationspartner „basecom" weitergegeben und nach Umsetzungs- und Testphase übernommen werden können. „Es ist ein strategisches und lebendiges Projekt, was uns hilft für die Zukunft zu bauen – besonders mit einer Open-Source Plattform wie Akeneo", fügt Nikke Blout hinzu. Die Mitarbeiter pflegen Daten von ca. 23.000 Produkten mit bis zu 49 Attributen und sieben lokalen Gegebenheiten/Gebietsschemata (u.a. sieben Sprachen inkl. deutsch & englisch). Die Nutzung des PIMs wird im Laufe der Zeit auf weitere Bereiche ausgeweitet werden, um u.a. R&D, Grafik und mehr zu inkludieren.



Flexibel bleiben und dabei eine ansprechende Zusammenstellung der Produktinformationen für ein verbessertes Kundenerlebnis

Die Digitalisierung als Chance nutzen, um digitale Erlebnisse zu ermöglichen

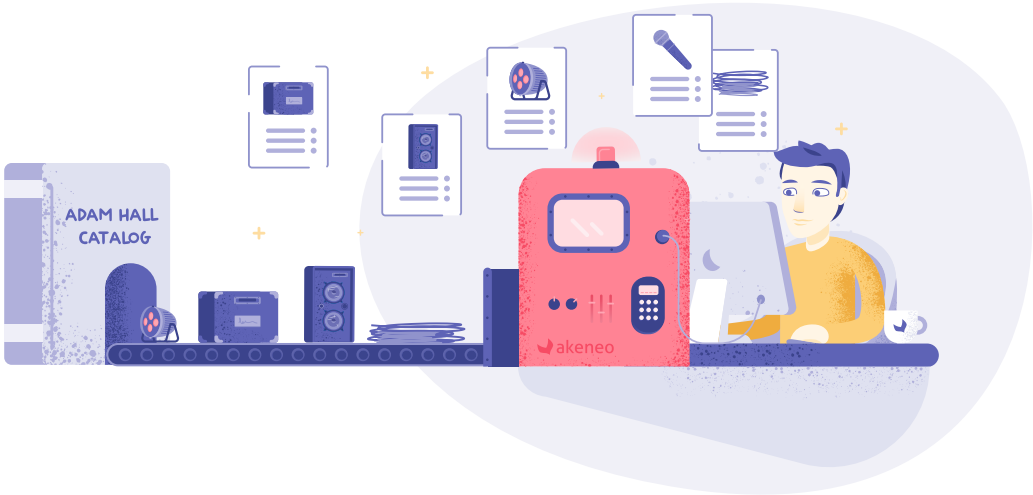
Das Akeneo PIM konnte das Team in Ihrer Arbeit spürbar entlasten und es ihnen so ermöglichen, sich besser auf die nächsten Schritte der Digitalisierung, der internationalen Kollaboration und der kundenzentrierten Ausrichtung von Marken- und Produkterlebnissen zu konzentrieren.

Hohe Anpassungsfähigkeit ohne an Nutzerfreundlichkeit einzubüßen

Akeneo PIM bietet ein klares Benutzerkonzept für eine verständliche und schnellere Arbeitsweise, z.B. die Flexibilität im Produkt und Fokussierung auf das Problem mit diesen Daten umzugehen. Mit Akeneo PIM kann Adam Hall Attribute/Attributwerte selber produktbezogen definieren und die Gruppierung in die jeweilige Familie vornehmen.

Schnelleres Wachstum durch Skalierbarkeit

Es gibt weltweit mittlerweile keinen Markt, auf dem die Adam Hall Group nicht präsent ist und der Ausbau der Marktpräsenzen gestaltet sich in Zukunft umso einfacher. Es wurde der Anschluss an eine Übersetzungsplattform ermöglicht, z.B. von British-Englisch zu US-Englisch. Unter anderem sind Sonderzeichen wie im Polnischen sowie die automatische Umrechnung von Maßeinheiten wie Zentimeter zu Inch einfach abzubilden.



© 2019 Akeneo - All Rights Reserved