



Akeneo PIM flexibilisiert Vertriebsprozess bei Frankana Freiko



Herausforderungen

- Duale Unternehmensstruktur, drei Kanäle und vielfältige Produktdatenformate
- Effizienzeinbußen und eingeschränkte Skalierungsmöglichkeiten
- Bestandsaufnahme und Klassifizierung der Produktdaten von rund 13.000 Artikeln eines sehr breiten Sortiments



Vorteile

- Bereinigter und zentralisierter Datenbestand bereitet Unternehmen auf die Herausforderungen der Zukunft vor.
- Signifikante Verbesserung der Effizienz bei der Produktdatenpflege durch Reduktion der vorhandenen Attribute von 600 auf 200 bei gleichzeitiger Verbesserung der Product Experience für die Endkunden.
- Um ein Drittel beschleunigte Katalog-Produktion.

Bei Frankana Freiko handelt es sich um ein mittelständisches Unternehmen, das 1982 gegründet wurde. Es besteht aus zwei unterschiedlichen Einheiten und setzt sich aus der Frankana Caravan und Freizeit GmbH sowie der Freiko Handelsgesellschaft mbH zusammen. Der Außenauftritt erfolgt dabei unter der Dachmarke Frankana Freiko. In dieser Konstellation positioniert sich Frankana Freiko seit jeher als Großhändler für Camping-Zubehör auf dem Markt. Das heißt: Das Unternehmen kauft bei Herstellern ein und versorgt schließlich den Fachhandel über ein B2B-Portal mit Original-Produkten. Ein zweites Standbein bildet das B2C-Segment - mit einem Online-Shop, der sich direkt an den Endverbraucher richtet.



Die Challenge

Da Frankana Freiko aus zwei unterschiedlichen Organisationseinheiten besteht, ergeben sich gerade bei der Implementierung eines PIM-Systems ganz spezifische Herausforderungen.

Der Akeneo Solution Partner TechDivision sah sich dabei mit zwei Unternehmenswelten konfrontiert, die sich durch verschiedene Arbeitsprozesse und Verantwortlichkeiten auszeichneten.

Hinzu kamen jeweils verschiedene IT-Infrastrukturen, die wiederum aus mehreren Tools und Systemen bestanden. Diese komplexen Rahmenbedingungen spiegeln sich auch im Produktinformationsmanagement wider, u. a. in Form vielfältiger Produktdatenformate, die letztlich zu Effizienzverlusten führten und Skalierungsmöglichkeiten stark einschränkten.



Konsistente Produktdaten für drei Kanäle und zwei Unternehmenseinheiten

Als Projektziel definierten die Auftraggeber die Entwicklung einer möglichst homogenen IT-Infrastruktur. Diese zeichnet sich insbesondere durch eine flexible Systemarchitektur aus, die Arbeitsabläufe und Prozesse optimiert und dem Unternehmen ein solides, zukunftsicheres Fundament verleiht, um schon heute für die Herausforderungen von morgen gerüstet zu sein. Grundlage dieser Strategie sind konsistente Produktdaten, die aus einer einzigen Datenquelle stammen, auf die aber beide E-Commerce-Einheiten zugreifen und diese wiederum in drei unterschiedlichen Kanälen ausspielen. Dazu gehören neben dem B2C-Shop frankana.de eine B2B-Plattform für Händler sowie der bestehende Printkatalog mit fast 900 Seiten. Die Druckdaten dazu stammen aus Akeneo PIM.



„Mit dem Akeneo-Solution-Partner TechDivision haben wir einen sehr erfahrenen Partner gefunden, der uns von Beginn an umfassend unterstützt und begleitet hat. Von der Optimierung der Produktdaten, über entsprechende Kategorisierungen, bis hin zu verschiedenen Prozessoptimierungen und Homogenisierungen: vielen Dank für die bisherige Zusammenarbeit.“



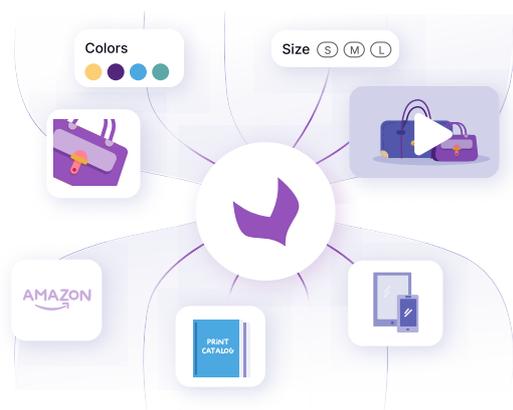
Karsten Neumann
Geschäftsführer
Frankana





Verbesserung der Datenqualität

Im Mittelpunkt der ersten Projektphase stand daher zunächst die Prozessoptimierung, die vor allem aus der Implementierung des Akeneo PIMs bestand, auf das beide Unternehmenseinheiten zugreifen. Es bildet die Basis für eine bestmögliche Customer Experience.



Voraussetzung dafür: konsistente Produktdaten. Aus diesem Grund führte der Akeneo-Solution-Partner TechDivision zunächst ein Daten-Audit durch, bei dem alle vorhandenen Produktdaten der rund 13.000 Artikel mit mathematischen Methoden auf Anomalien sowie auf die Verwendung von Attributen innerhalb bestehender Produktfamilien untersucht wurden. Daraus konnten Rückschlüsse auf die Datenqualität gezogen werden. Anschließend wurden entsprechende Maßnahmen zur Optimierung der Produktkategorien und -familien, sowie zur Reduzierung der Anzahl der Attribute formuliert. Gleichzeitig gelang das Kunststück, die Attribute wesentlich präziser auszurichten und dadurch die Datenqualität sowie die Effizienz spürbar zu erhöhen. Deutlich wird dies durch die gemessene Konsistenzrate des Datenbestandes.



Katalog-Produktion mit 30 Prozent Zeitersparnis

Aus diesem bereinigten Datenbestand speist Frankana Freiko nicht nur seine beiden Shop-Portale, sondern erstellt daraus auch den Print-Katalog. In der Vertriebsstrategie spielt dieser Verkaufskanal eine zentrale Rolle. Dazu überträgt Akeneo PIM die Produktdaten an die bidirektionale Software EasyCatalog.

Vorteil: Änderungen im Akeneo PIM werden zeitnah an EasyCatalog und Magento übertragen. Somit sind immer aktuelle bzw. korrigierte Daten abgreifbar.

Die Offenheit beider Systeme gewährleistet dabei ein Maximum an operativer Flexibilität. Aus EasyCatalog gelangen die Daten zu Adobe InDesign, wo die Gestaltung vorgenommen wird und die Vorbereitung der Druckdaten erfolgen. Dank Akeneo wirkt sich diese automatisierte Architektur auch auf den früher sehr komplexen Produktionsprozess des Printkatalogs aus. Und das macht sich mit einer Zeitersparnis von rund 30 Prozent bezahlt. Durch diese Prozessoptimierung beginnt die Katalogproduktion nun deutlich später. Dies führt zu aktuelleren Katalog-Inhalten und gleichzeitig weniger Stress. Von der Akeneo-Implementierung profitierten auch die weiteren Projektphasen, zu denen die Einführung eines ERP-Systems sowie eines digitalen, marktplatzähnlichen Händlersystems gehört. In beiden Fällen wird dabei auf den Produktdatenbestand des Akeneo PIM zurückgegriffen. Die Software stellt damit das digitale Fundament für den zukünftigen wirtschaftlichen Erfolg von Frankana Freiko bereit.



Über Akeneo

Akeneo bietet eine composable SaaS-Lösung, mit der alle Komponenten eines Produkts verwaltet, orchestriert, aktiviert und optimiert werden können, um überzeugende und konsistente Produkterlebnisse über alle Verkaufskanäle hinweg zu bieten. Mit einer offenen Plattform, dem führenden PIM für das Produktdaten- und Asset-Management, und den Add-Ons und Konnektoren im Akeneo App Store ermöglicht die Akeneo Product Cloud es Unternehmen, erstklassige Produkterlebnisse anzubieten, die Wachstum fördern.

Globale Marken, Hersteller, Distributoren und Einzelhändler wie Fossil, Kneipp, KaDeWe, PUMA, bergfreunde.de oder Liqui Moly vertrauen auf Akeneo, um ihre Omnichannel- und internationalen Verkaufsstrategien zu skalieren und zu individualisieren. Mit der Akeneo Product Cloud können Marken, Einzelhändler und Distributoren ihre Produkterlebnisse auf jedem Kanal aktivieren und so das von ihnen angebotene Kundenerlebnis verbessern, ihre Umsätze steigern, ihre Time-to-Market verkürzen, ihre internationale Expansion beschleunigen und die Produktivität ihrer Teams steigern.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.akeneo.com/de/

