

# Leading Companies Run Heiler Software



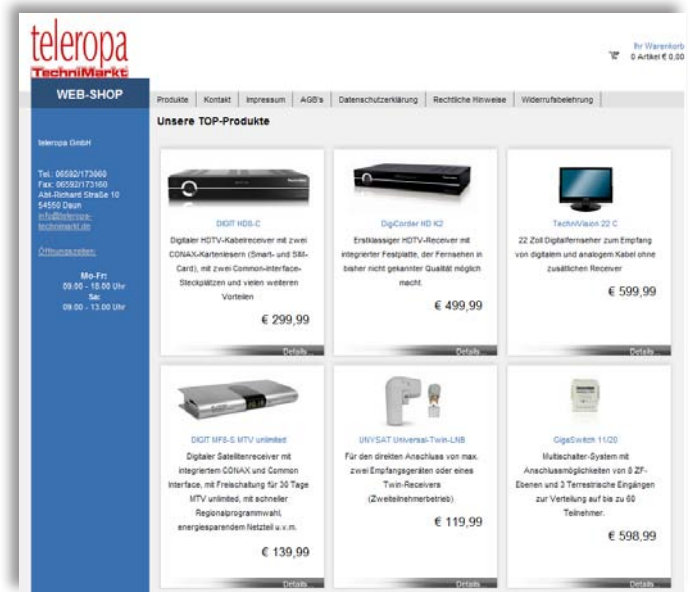
# TechniSat

## MADE IN GERMANY – SOLD GLOBALLY

... dieses Qualitätskennzeichen ist ein wichtiger Teil der Produktpolitik bei TechniSat. Als Anbieter von Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie sollen Produkte wie Antennen, Digitalreceiver und Fernsehgeräte zukünftig nicht nur in Deutschland an den Mann gebracht werden. Die Vertriebsstrategie von TechniSat ist somit international und auf den Verkauf über mehrere Kanäle ausgerichtet. Als Voraussetzung für erfolgreichen Multi-channel-Vertrieb mussten jedoch zuerst die Produktdaten angepasst werden.

"Die Suche nach Produktinformationen verschlingt wertvolle Ressourcen, wenn Produktdaten auf verschiedene Systeme verteilt sind", sagt Stefan Kön, Geschäftsführer bei TechniSat. Das Warenwirtschaftssystem bei TechniSat erlaubte keinen Überblick über alle Artikelstammdaten. Das war aber noch nicht alles. "Ein Signal war, dass unsere Print-Werbung schneller war als der E-Commerce-Kanal. Das wollten wir sofort lösen.", so Kön. Verstreute Datenhaltung im Content Management System, in der Warenwirtschaft, in der Redaktion und in der Grafikabteilung waren der Grund für die zeitaufwändige Suche und für Fehler in der Dokumentation sowie im Marketing.

TechniSat hat daher ein unternehmensweites Product Information Management (PIM) System eingeführt. Die Lösung von Heiler Software ermöglicht TechniSat die zentrale Verwaltung aller Produktdaten und ist eine wichtige Voraussetzung für die internationale Multichannel-Strategie.



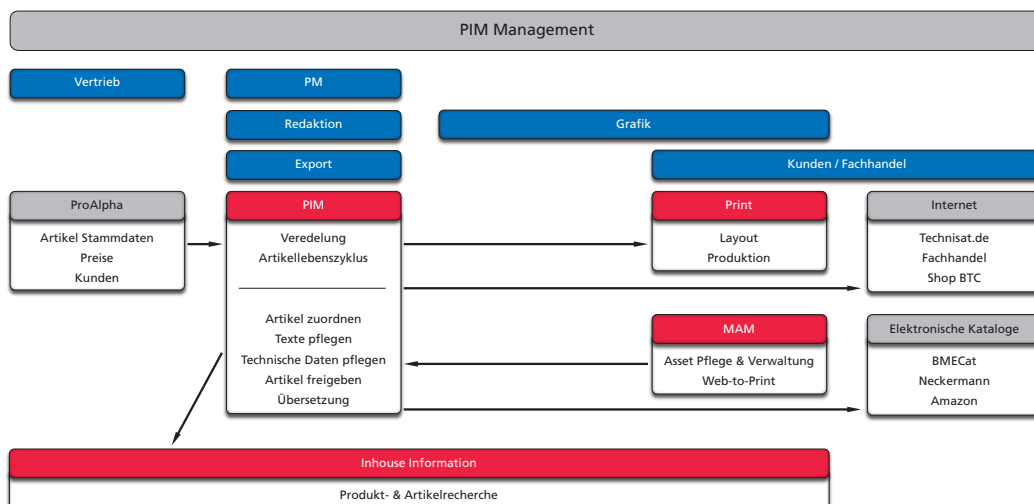
TechniSat erweitert die E-Commerce Reichweite mit Partner-Shops

### Was bedeutet Multichannel bei TechniSat?

Online-Shops sollen für Endkunden in allen wichtigen Sprachen verfügbar sein. Derzeit sind es bereits 11, ein Ausbau auf 20 ist im nächsten Jahr geplant. Der wichtigste Vertriebskanal ist der Handel. Hier bietet TechniSat ein Partnership Konzept für den lokalen Fachhandel ([www.technisatpartner.de](http://www.technisatpartner.de)) an. Darüber hinaus versorgt ein B2B-Shop die 10.000 Fachhändler in Deutschland ([www.fachhandel.technisat.de](http://www.fachhandel.technisat.de)).

Die Großhändler und Kooperationen wie Expert, EP und Euronics werden über individuelle elektronische Kataloge versorgt (BMEcat).

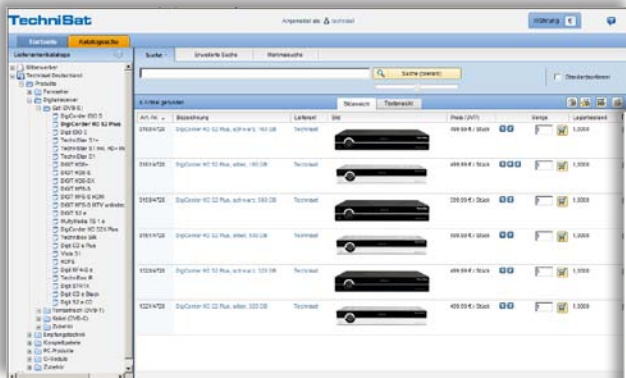
Auch bei einem digitalen Anbieter wird heute noch viel gedruckt. Produktdatenblätter, Kataloge und die Fachhandelsbroschüre "TechniSat aktuell". Knapp 20 Publikationen, wie Produktdatenblätter bringt der Hersteller jeden Monat an den Markt. Hinzu kommen Preislisten in gedruckter und elektronischer Form.



Eine zentrale Plattform für alle Produktdaten versorgt bei TechniSat die Mitarbeiter und alle Vertriebskanäle in der Multichannel-Strategie.

## E-Commerce und Vor-Ort-Service verbinden

Ein neuer Vertriebskanal im Internet sind die Partner-Shops ([www.technisatpartner.de](http://www.technisatpartner.de)). Hier bietet TechniSat seinen Fachhändlern einen individuellen Webshop an. Der lokale Händler lädt dazu einfach sein Firmenlogo hoch und wählt sein Design aus verschiedenen Vorlagen aus. Anschließend wählt er noch die gewünschten Warengruppen des TechniSat Sortiments und fertig ist der eigene Online Shop. Das System wurde von TechniSat selbst entwickelt.



Interne Sicht der Produktdaten (links) und Webshop (rechts)

Hinter diesem Absatzkanal steht die Idee, E-Commerce mit lokalem Service zu verbinden - und es funktioniert. Der Kunde tätigt seine Bestellung online beim Fachhändler seines Ortes und seines Vertrauens. "Der neue Digitalfernseher kann reserviert und selbst abgeholt werden oder man bestellt die Anlieferung inklusive Aufbau gleich mit", erklärt Markus Welter von TechniSat. In Deutschland gibt es derzeit 350 der so genannten Partner-Shops, die weitere Internationalisierung des Konzeptes steht nun an.

Die Erstellung der gedruckten Publikationen wird über das PIM-System gesteuert und automatisiert. Das eingesetzte Print-Publishing-Werkzeug xactuell bringt die nötigen Informationen direkt aus dem Heiler Product Manager in das Seitenlayout der verschiedenen Kataloge.. Hierbei werden Platzhalter im Seitentemplate mit Informationen aus dem zentralen PIM-System verknüpft. Das Corporate Design wird damit in der gewohnten Adobe InDesign Umgebung eingehalten und der Seiteninhalt automatisch mit Produktdaten angereichert.

Bei 20 neuen Publikationen, wie Produktdatenblätter, Dokumentationen, Kataloge und Preislisten in 11 Sprachen, spart TechniSat damit nicht nur Zeit, sondern vor allem Kosten.

## Datenqualität braucht klare Regeln

Um die Qualität der Produktdaten zu steigern, wurde ein neuer Prozess mit Verantwortlichkeiten und klaren Regeln definiert. Administratoren legen fest, welche Merkmale ein Artikel haben darf. Für Inhalte von Produktmerkmalen ist ausschließlich das Produktmanagement zuständig. Das Marketing formuliert die Texte und



Beschreibungen. Derzeit arbeiten 30 Anwender aus Produktmanagement, Redaktion, Grafik, Callcenter, Werkstatt, Support und Marketing mit der PIM-Suite. Über die Intranet-Sicht haben alle 2.200 Mitarbeiter die Möglichkeit auf die aktuellen Produktinformationen von 600 Artikeln zuzugreifen.

Ein Unternehmen mit einem neuen zentralen IT-System fit für die Zukunft zu machen, bedarf eines professionellen Change Managements. Zunächst galt es intern für den neuen Ansatz zu werben. Bei Projektstart war das Verantwortungsbewusstsein für Produktdaten nicht stark ausgeprägt. "Bei der Live-Schaltung des Online-Shops gab es dann den Aha-Effekt", berichtet Projektmanager Markus Welter. „Mit diesem Argument wurde allen klar, welche Bedeutung Produktdatenqualität im E-Commerce hat“, so Welter. Heute profitieren wir durch das interne Feedback und können damit die Datenqualität erhöhen.



## Fazit & Ausblick

"Neben allen Vorteilen einer schlagkräftigen externen Produktkommunikation durch ein zentrales PIM, kann TechniSat mit der Heiler Suite auch die Prozesse im Unternehmen schlanker und transparenter gestalten", sagt Heiler Vorstand Frank Schmidt. Bereits die Produktentwicklung bei TechniSat ist damit in der Lage, im PIM neue Produkte freizugeben. Alle Mitarbeiter erhalten somit eine einheitliche Sicht auf das Sortiment. Dies unterstützt unter anderem den Übersetzungsprozess und hilft dem Vertriebsinnendienst und den Mitarbeitern im Call Center beim Cross- und Upselling.

"Die Heiler Suite setzt unsere Vorstellungen optimal um, alle Produktinformationen auf einer zentralen Plattform zu bündeln. Wir optimieren somit den internen als auch externen Kommunikationsprozess für unsere Produkte und sind in der Lage international mehr und vor allem schneller zu verkaufen", so Geschäftsführer Stefan Kön.

Mit der zentralen Plattform hat TechniSat eine wichtige Voraussetzung geschaffen aber ist damit noch lange nicht am Ende. Auch die Informationsversorgung von Kunden und Händlern will der Hersteller weiter ausbauen. "Wir wollen Kundendaten und Produktdaten optimal verknüpfen", blickt Projektleiter Markus Welter voraus. Bewertungen aus Facebook oder Kaufempfehlungen aus dem Shop sollen dabei nicht nur den Verkauf ankurbeln sondern Rückschlüsse auf die Sortimentspolitik zulassen.

## Projektfakten

- » 600 lieferbare Artikel
- » 30 PIM-User in den Fachabteilungen
- » Webshops in 11 Sprachen – Ausbau auf 20 Sprachen geplant
- » Print Publishing mit xactuell
- » Projektstart Januar - Go-Live mit allen Schulungen im November

## Vorteile

- » Die Datenqualität wurde um 100% gesteigert
- » Bessere Kundenzufriedenheit durch optimale Datenqualität
- » Leichter & professioneller Umgang mit Massendaten
- » Kürzere Time-to-Market in neuen E-Commerce-Kanälen
- » Zeit- & Kostenersparnis bei der Erstellung von Publikationen



## TechniSat in Zahlen

- » Gegründet 1987
- » 2.200 Mitarbeiter (davon rund 1.600 Mitarbeiter in Deutschland)
- » Standorte: Deutschland, UK, Polen, Ungarn, Luxemburg, Frankreich, Tschechien

## Über TechniSat Digital GmbH

Die TechniSat Digital GmbH entwickelt und produziert Produkte der Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie in Deutschland und Europa. Das Produktportfolio umfasst neben DigitalSat-Antennen und hochwertiger Profitechnik wie Messgeräten, Multischaltern, Kopfstationen und Installationszubehör eine breite Palette verschiedener Digitalreceiver sowie hochwertige Digitalfernseher Made in Germany.

## Über Heiler Software AG

"Turning Data into Business"

Die Heiler Software AG ist ein führender Anbieter von Enterprise Product Information Management Software für alle Vertriebskanäle. Händlern und Herstellern ermöglicht Heiler Software das Master Data Management (MDM) aller Produktdaten aus einer zentralen Datenquelle für alle Kommunikationskanäle und Sprachen. Jeder Zeit, an jedem Ort.