



PREISETIKETTEN AUF KNOPFDRUCK

Ausgezeichnet über das Web: 40.000 Artikel in 8 Sprachen

VON CHRISTIAN STEIAUF

Die Mercedes-Benz Accessories GmbH bietet mit dem MBA-Portal Händlern und Mitarbeitern bereits seit gut drei Jahren eine zentrale Informationsplattform für Produktkommunikation und Marketing an. Von dort aus erreichen die Benutzer bequem und mittels gesicherter Single-Sign-On-Authentifizierung die unterschiedlichsten Systeme für Datenrecherche und Downloads. Neben dem zentralen ODUS (Online Produktkatalog) sind dies mittlerweile gut ein halbes Dutzend Werkzeuge für den täglichen Gebrauch, unter anderem PAT („PKW Accessories Tool“), PRIMOS („Print Media Order System“),

das ePaper-Portal, ein eigener Bereich für Schulungsunterlagen sowie seit wenigen Wochen auch das webbasierte Publikationsmodul PAZ („Preisauszeichnungstool“).

Grundlage für die frühere Etikettenerstellung war eine Desktop-Applikation aus dem Jahr 2003, die dem Nutzer jedoch keine Verbindung zum zentralen und kompletten Artikelstamm anbot. Die Generierung der gewünschten Etiketten – begrenzt auf drei Sprachen und basierend auf statischen Office-Vorlagen – hat sich in der Vergangenheit als zunehmend unflexibel erwiesen, zumal auch keine individuellen

Händlereindrücke möglich waren.

Mit der Einführung von PAZ gehört die manuelle Erstellung von Preisetiketten nun der Vergangenheit an. Dies wird bei den angeschlossenen Mercedes-Benz-Händlern angesichts der immer kürzeren Produkt- und Kommunikationszyklen sehr gerne gesehen.

Die zentrale Stammdatenhaltung aller Artikel aus dem Mercedes-Benz Original-Zubehör und der Mercedes-Benz Collection ist innerhalb der Web2Print-Lösung PAZ verfügbar und das ausgewählte Produkt integriert sich direkt in die jeweilige Etikettenvorlage. In den serverseitig hinterlegten Vor-

lagen und definierten Eingabefeldern für die Produkttexte erfolgt dabei eine Prüfung der Lauflänge des übernommenen Textes. Das Tool zeigt dem Benutzer das fertige Etikett sofort in einer Vorschau an. Während der gesamten Erstellung eines Preisschildes verbringt der Anwender höchstens fünf Minuten am Bildschirm, bis er den druckfähigen Etikettenbogen an den angeschlossenen Drucker schicken kann.

Neben der resultierenden Einsparung an Kosten und Support verspricht sich die Mercedes-Benz Accessories GmbH auch eine immense Arbeitserleichterung und Zeitersparnis für den Sachbearbeiter im Autohaus bzw. der Niederlassung. Und damit verbunden natürlich auch eine weitere Steigerung qualitätsgesicherter Produktkommunikation am POS.

Übrigens: ein Highlight im Kollektionssortiment und erster Mercedes für die Jüngsten – der Bobby-Benz SLS AMG in Grau – besticht nicht nur durch sportlich-stilechte Optik und hochwertige Verarbeitung. Dank PAZ erfährt er nun auch schneller seine Auszeichnung.

ANDREAS HOLZEM

Projektmanager
Mercedes-Benz Accessories GmbH

Welche Prozesse werden im Einzelnen mit dem MBA-Portal unterstützt?

ANDREAS HOLZEM: Das Portal dient als Absprungspunkt und Übersicht für alle Retailssysteme der Mercedes-Benz Accessories GmbH. Es bietet einen schnellen Überblick über die aktuellen Themen und Änderungen rund um Zubehör und Collection. Es hilft dem Nutzer, sich schnell in der teilweise komplexen Zubehörwelt zu orientieren und reduziert durch den Einsatz von Single-Sign-On die zahlreichen Nutzerdaten, die im Autohaus-Umfeld gemerkt werden müssen.

Welche Vorteile bietet PAZ?

A. H.: Das Preisauszeichnungstool dient vorwiegend der einheitlichen, korrekten und CI-konformen Preisauszeichnung am POS. Darüber hinaus bietet die Web2print-Lösung zahlreiche Erleichterungen im Umgang mit der Preisauszeichnung. So lassen sich zum Beispiel Artikellisten für bestimmte Orte (Vitrine im Ein-

gangsbereich etc.) abspeichern und bei Bedarf aktualisieren. Die Anbindung an das Stammdatensystem MAX der Mercedes-Benz Accessories GmbH sorgt zentral nicht nur für die richtige Preisgestaltung am POS, sondern schlägt auch die korrekten Produktbezeichnungen vor. Um dem Kunden auch optisch einen einheitlichen Look zu bieten, sind die Layouts der Etiketten dem Corporate Design angepasst. **Wie wurden die Etiketten denn in der Vergangenheit produziert? Etwa klassisch über MS-Word-Vorlagen?**

A. H.: Nein, in der Vergangenheit gab es eine Java-basierte Software, die lokal installiert werden musste und im Jahr 2003 zuletzt aktualisiert wurde. Die Daten waren schon mit Installation der Software veraltet, was bei manchen Kunden auch zu Problemen führte. Die Kombination aus veralteten Daten und Software führte teilweise zu falschen Preisauszeichnungen. Das Hauptziel des PAZ war, hierfür Abhilfe zu schaffen und den Nutzer so gut wie möglich zum richtigen Etikett im richtigen Design zu führen.

Was war die größte Herausforderung bei der Umsetzung des Projektes?

A. H.: Eine große Herausforderung innerhalb des Projekts war es, die heterogenen Maße an Druckern bei den Kunden im Autohaus aus der Web2print Applikation zu bedienen. Durch die unterschiedlichen Einzüge und Druckverfahren waren zu Anfang die Druckergebnisse sehr unterschiedlich. Ziel war es, dem Nutzer dennoch so einfach wie möglich SEIN Etikett auf SEINEM Drucker anbieten zu können. Ich denke, mit dem Preisauszeichnungstool haben wir dieses Ziel erreicht.

SOFTWAREHERSTELLER

Die erfolgreiche Produktlinie mediacockpit unterstützt seit über 15 Jahren werbetreibende Unternehmen im Enterprise DAM/PIM sowie bei automatisierten Publikationen für Print, Web und Mobile.

DAM Group GmbH
Christian Steiauf
info@damgroup.de
www.damgroup.de

KUNDE

Mercedes-Benz Accessories GmbH
info@mercedes-benz-accessories.com
www.mercedes-benz-accessories.com