

Unternehmensinformationen	Unternehmensart: Branche: Verkaufssortiment: Umsatzvolumen: Anzahl Mitarbeiter: ERP-System:	Hersteller Medizin, Werkzeuge über 7.000 Artikel über 160 Mio. Euro (2016) ca. 860 weltweit SAP
Ansprechpartner	Coltène/Whaledent AG CH-9450 Altstätten Angebundene Standorte: US-44223 Cuyahoga Falls, Ohio	Frau Christina Bernhard (Projektleiterin) Tel.: +41 71 / 7575 - 376 christina.bernhard@coltene.com www.coltene.com
Softwareart	Standardsoftware	
Lösungsart	Individuallösung	

FIRMENBESCHREIBUNG

COLTENE ist ein international führendes Unternehmen im Bereich Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von zahnmedizinischen Verbrauchsgütern und Kleingeräten. 1990 schlossen sich die schweizerische Coltène AG und die amerikanische Whaledent Inc. zusammen. Der Hauptsitz ist in Altstätten (Schweiz). Modernste Produktionsstätten gibt es in der Schweiz, USA, Deutschland und Brasilien. Das Produktprogramm umfasst u. a. chemisch- und mechanisch-technische Produkte, rotierende Werkzeuge und Produkte für die Endodontie. Vermarktet werden die Produkte weltweit über Vertriebspartner und Vertriebsorganisationen.

LÖSUNGSBESCHREIBUNG

Auf Basis der crossbase-Standardsoftware wurde für COLTENE eine PIM- und Crossmedia-Individuallösung implementiert. Alle Artikel samt Produktstruktur, Preise und ca. 15 MARA-Felder je Artikel werden über die SAP-PIM-Schnittstelle laufend übertragen. Für die marketingspezifische Kommunikation spielt die sog. Artikelgruppe, welche Artikelvarianten mit der gleichen Form gruppiert, eine wichtige Rolle. Viele Produktinformationen werden an der Artikelgruppe gepflegt und an die Artikel vererbt. Mittels der integrierten Bilddatenbank werden Produktfotos (Packshot), Anwendungsfotos, Illustrationen usw. verwaltet sowie mit dem Grafikkonverter automatisch weitere Bildformate erzeugt. Analog werden Produkttexte klassifiziert und an Artikelgruppe und Artikel verknüpft, z. B. Produktbeschreibung, Featuretext, Claimtext, usw. sowie medienspezifische Texte, z. B. Überschriften, Links, Title, Description usw. für die Print- und Onlinekanäle. Die Übersetzung selbst erfolgt agenturbasiert auf Basis einer TMS-Schnittstelle (Across).

Um Produkte in den gedruckten Katalogen und auf der Website verwenden zu können, werden diese in marketingspezifische Produktsichten für die entsprechenden Verkaufskanäle referenziert. Zusätzlich werden produktunabhängige Media Assets über eine Medienstruktur für das Media Center gepflegt. Das Ziel ist es, die fünf Segmentkataloge in ca. fünf Land-Sprach-Kombinationen mit ca. 1.000 Seiten und zusätzlich mehrere Hundert Prospekte in ca. 10 bis 20 Sprachen mit ca. 5.000 Seiten datenbankgestützt und automatisiert zu produzieren. Das Layout ist flussrahmenorientiert mit höhenvariablen Tabellen. Eine Besonderheit ist die Drucksteuerung im Zusammenspiel mit SAP, welche über eine Drucksorten-Nummer abgebildet wird. Die Website (Typo 3, MySQL) wird über den API-Server direkt an die crossbase-Datenbank angebunden. Der Produktteil (Onlinekatalog) und das Media Center werden extern von der Agentur umgesetzt.

DIE EINZELNEN LÖSUNGSBESTANDTEILE

- PIM mit bidirektionaler Schnittstelle zum SAP-System
- Integrierte Bilddatenbank / MAM mit Grafikkonverter
- Textverwaltung und automatisierter Übersetzungsprozess mit Schnittstelle zu Across
- Katalogmanagement zur Steuerung marktspezifischer Sortimente und Preise
- Automatisierte, datenbankgestützte Erstellung von Katalogen
- Preislistenproduktion mit crossbase.list
- API-Server mit Webservices für die Anbindung der Website (Katalog und Media Center) an das PIM-System

EINGESETZTE ANWENDUNGSMODULE





ONLINEKATALOG