

WebSphere® software

IBM WebSphere Product Center für den Einzelhandel



Highlights

- **Bauen Sie eine unternehmensweite Stammdatenbasis auf, um Ihre Vertriebskanalstrategien zu unterstützen**
- **Versorgen Sie Ihre E-Commerce-Sites und Partnerportale mit präzisen, relevanten und aktuellen Produktinformationen**
- **Sichern Sie sich Wettbewerbsvorteile, indem Sie so früh wie möglich richtungsweisende Industriestandards wie GDS und RFID übernehmen**
- **Helfen Sie Teams in unterschiedlichen Ländern, Ihre Produkte noch erfolgreicher zu vermarkten, indem Sie Produktinformationen in deren Sprache erstellen und produktbezogene Geschäftsprozesse entsprechend den örtlichen Gepflogenheiten durchführen**

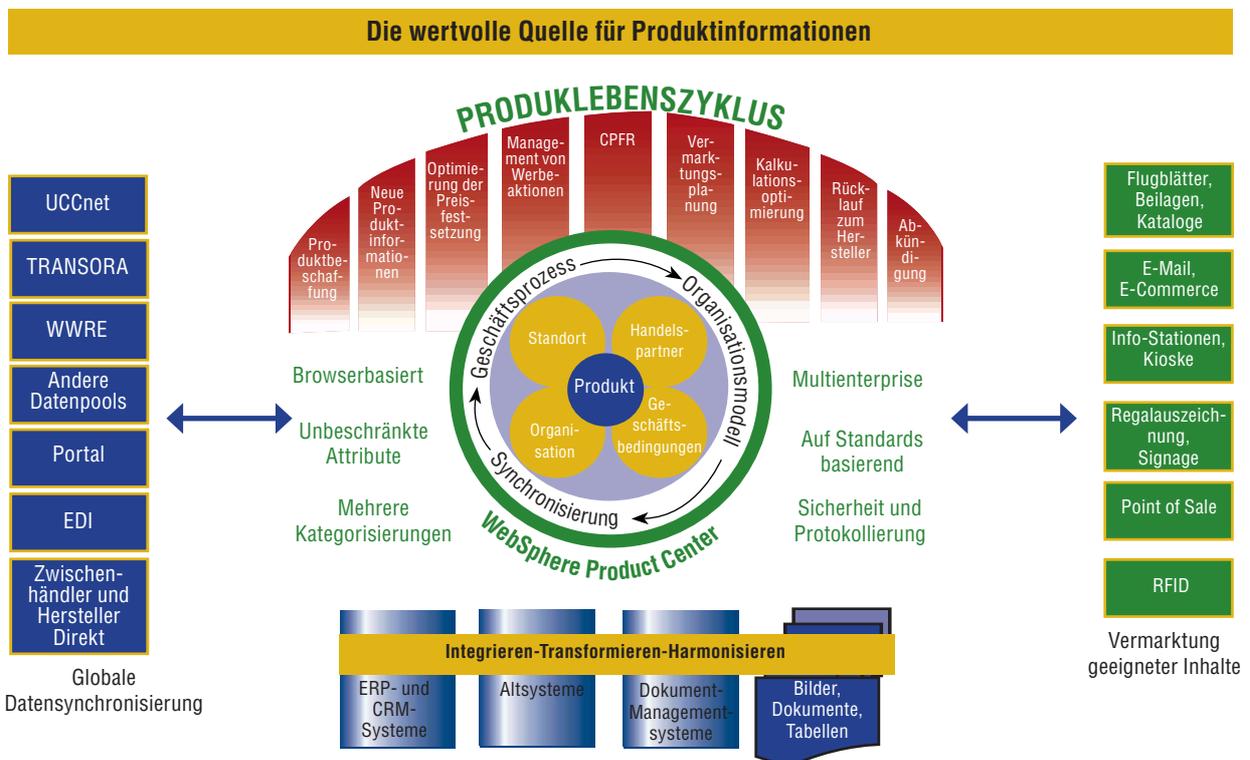
Der Innovationsdruck nimmt ständig zu. Die Zeiten, in denen Sie es sich leisten konnten, technologische Entwicklungen zu verschlafen, sind vorbei. Um in einem Umfeld mit zunehmendem Wettbewerbsdruck mithalten zu können, müssen auch Sie nach Möglichkeiten zur Kostensenkung suchen und gleichzeitig daran arbeiten, Vertriebswege, Werbeaktionen und Vermarktung der Produkte innerhalb Ihrer betrieblichen Infrastruktur noch effizienter zu gestalten. Nur so können Sie neue Umsatzquellen erschließen und sich vor schwindenden Gewinnspannen schützen.

Der Erfolg Ihres Geschäfts hängt von der Umsetzung von Industriestandards wie zum Beispiel Global Data Synchronization (GDS) ab sowie von der noch intensiveren Ausnutzung der Möglichkeiten von E-Commerce, um verschiedene Vertriebskanalstrategien umzusetzen. Einige der größten Unternehmen im Einzelhandel wie zum Beispiel Wal Mart, The Home Depot, Carrefour, Staples oder Albertson's and Kroger, haben GDS zum Industriestandard gemacht und sich dem Global Data Synchronization Network (GDSN) angeschlossen, um Prozesse im Einzelhandel zu verbessern, Umsätze zu steigern und Kosten zu senken.

Der Einzelhandel hat nicht nur damit begonnen, die Wirtschaftlichkeit durch Initiativen wie zum Beispiel Global Data Synchronisation zu steigern, sondern auch den E-Commerce weiter ausgebaut – Vergrößerung der Marktreichweite und Festigung der Kundentreue durch die Vermarktung und den Verkauf über mehrere Kanäle. E-Commerce wird längst nicht mehr als Experiment betrachtet. Vielmehr hat er sich als effiziente Ergänzung konventioneller Kanäle etabliert, da er Kaufentscheidungen des Verbrauchers unterstützt. Die lückenlose Kontrolle über Produktinformationen eines Unternehmens ist die Grundlage für den Erfolg dieser und anderer zentraler Geschäftsinitiativen.

IBM WebSphere Product Center, eine umfassende Product Information Management-Lösung, gibt Ihnen die Möglichkeit, alle Elemente der Produktinformationen innerhalb des Unternehmens und darüber hinaus zu erstellen, zu verwalten, zu vernetzen und zu synchronisieren. Sie können Produktinformationen, die normalerweise über mehrere Systeme verteilt sind, wie zum Beispiel die Unternehmensressourcenplanung (Enterprise Resource Planning = ERP), Altdaten, das Customer-Relationship-Management (CRM) und Stammdatensysteme integrieren und zentral verwalten. Diese bahnbrechende Lösung verbindet darüber hinaus produktbezogene Informationen mit kaufmännischen Daten wie zum Beispiel der Preisfestsetzung und synchronisiert diese Informationen intern mit Ihren vorhandenen Systemen sowie extern mit Geschäftspartnern.

WebSphere Product Center ist auf das Wachstum und die Komplexität Ihrer derzeitigen wie auch Ihrer zukünftigen Ansprüche an das Produktinformationsmanagement ausgelegt. Die Notwendigkeit, Produktinformationen in allen Bereichen Ihres Unternehmens zu managen, kann über Ihren zukünftigen Erfolg entscheiden. WebSphere Product Center hilft Ihnen, Ihr Unternehmen schnell GDS-fähig zu machen und unterstützt Sie gleichzeitig dabei, Aktivitäten im Zusammenhang mit der Verwaltung wichtiger Marketing- und Vertriebsprozesse zu automatisieren und anzupassen – damit ziehen Sie nicht nur mit anderen Einzelhändlern gleich, sondern sind ihnen einen Schritt voraus.



IBM WebSphere Product Center hilft Ihnen bei der Sammlung, Vervollständigung und Weiterleitung von Produktinformationen.

Von der Artikelsynchronisierung bis zur globalen Datensynchronisierung und darüber hinaus

Als ersten Schritt in Richtung GDS haben führende Einzelhandelsunternehmen damit begonnen, grundlegende Artikeldaten mit ihren Zulieferern zu synchronisieren. Da die Standards für die GDS weiterentwickelt werden, können Sie rasch von der Synchronisierung grundsätzlicher Artikeldaten zur Synchronisierung kategoriespezifischer Artikel-, Handelspartner- und Preisdaten sowie von Geschäftsbedingungen wechseln. Durch diese Umstellung von der Artikeldatensynchronisierung auf die globale Datensynchronisierung kommen Sie in den Genuss eindeutiger Geschäftsvorteile – einschließlich der Möglichkeit, neue Produkte schneller einzuführen, Bestandslücken zu schließen, Anfragen zur Rechnungsstellung zu verringern und die Genauigkeit bei der Abwicklung von Bestellungen zu erhöhen.

Schon die Basis-Artikeldatensynchronisierung umfasst dieselben 150 oder mehr standardmäßigen Attribute für jedes Produkt in jeder Kategorie; GDS berücksichtigt darüber hinaus, dass für jede Produktkategorie spezielle, kategoriespezifische Attribute gelten.

Beispielsweise ist der Phosphatgehalt ein wichtiges, kategoriespezifisches Attribut für Waschmittel, während für Batterien die Spannung ein wichtiges, kategoriespezifisches Attribut darstellt.

Um diesen Fortschritt bei der Verwaltung von Produktinformationen bei der Zusammenarbeit zwischen Distributions- und Einzelhandelsunternehmen zu unterstützen, entwickelt die Global Commerce Initiative (GCI) ein Global Product Classification (GPC)-Schema, das auch unter der Bezeichnung BRICKS bekannt ist und Tausende von kategoriespezifischen Attributen enthält, die jeweils ausschließlich für Hunderte unterschiedlicher Produktkategorien gelten. Dank kategoriespezifischer Attribute, durch die für jede Produktkategorie relevante und wichtige Informationen bereitgestellt werden, erhöht sich die Anwendbarkeit der GDS erheblich. Durch diese Aufgliederung und Ergänzung von Produktinformationen kann die GDS zu einer wertvollen Hilfe für Ihre Geschäftsprozesse werden, da der Umfang der Daten, die Ihre Kunden und Geschäftspartner benötigen, vergrößert wird. Allerdings können Umfang und Komplexität der Informationen Ihr Marketing- und Verkaufspersonal rasch überfordern.

Machen Sie sich WebSphere Product Center-Features zunutze, die es den Nutzern ermöglichen, Artikelgruppen durch Vererbung und Hierarchien bestimmte Attribute zuzuordnen. Mit dieser Funktion können Sie die komplexe Struktur, die oft mit Zehntausenden kategoriespezifischer Attribute von Millionen von Artikeln einhergeht, effizienter verwalten.

Die Synchronisierung von Handelspartnern erhöht die Komplexität. Sie und Ihre Zulieferer müssen eine Vielzahl herkömmlicher Standort-Stammdaten sowie physikalische Standorte wie Lager und Läden synchronisieren – hinzu kommen juristische und finanzielle Entitäten wie Firmensitz, Filialen und bestimmte Kostenstellen. Im Gegensatz zu Artikeldaten, die vorwiegend vom Hersteller an den Einzelhändler gehen, umfasst die Teilnehmersynchronisierung auch die Weiterleitung von Standortdaten vom Einzelhändler an den Hersteller. Mit WebSphere Product Center können Sie die Daten Dritter, die von Zulieferern stammen, zusammenfassen, bereinigen, überprüfen und verwalten.

Darüber hinaus können Sie Standort-Stammdaten von verschiedenen internen Systemen, wie zum Beispiel Lieferanten-Stammdaten, ERP-, CRM- und Lagerverwaltungssysteme synchronisieren. Sie können auch Standort-Stammdaten sowie umfassende Standortinformationen an Ihre Zulieferer schicken. Wenn Sie IBM WebSphere Product Center zur Synchronisierung von Daten Dritter verwenden, können Sie die Genauigkeit bei Versand und Fakturierung erhöhen, Fehler bei der Rechnungsstellung verringern sowie Zeit und Kosten reduzieren, die für die Pflege von Zuliefererdaten erforderlich sind.

Mit WebSphere Product Center ist all dies möglich, da Ihre gesamten Produktinformationen, die mit den entsprechenden Organisations-, Handelspartner- und Standortdaten verknüpft sind, ständig aktualisiert, ergänzt und an die Systeme, Prozesse und Organisationen weitergeleitet werden, die sie benötigen.

Die wachsende Bandbreite und Komplexität, die mit der Aufnahme von Preis- und den Handelskonditionen innerhalb der GDS-Initiativen einhergeht, macht die Einführung einer zuverlässigen Produktinformationslösung erforderlich. Mit WebSphere Product Center können Sie und Ihre Zulieferer Handelskonditionen (Verkaufsbedingungen) und die Preise synchronisieren. Die Anwendung unterstützt die Definition, Verwaltung und Synchronisierung von Geschäftsbedingungen und Preisen; dadurch werden Zeit und

Ressourcen eingespart, die sonst für die Klärung von Rechnungsdiskrepanzen und für Minderungen aufgrund von Fehlern aufgewandt werden müssten. Die Anwendung verwaltet außerdem Daten zu Preisfestsetzung, Geschäftsbedingungen und Werbeaktionen auf Firmen-, Markt- und Ladenebene. Dadurch ist es möglich, Produktinformationen nicht nur zentral zu steuern, sondern auch dezentral zu nutzen, um örtlichen Anforderungen und Vereinbarungen mit Ihren Geschäftspartnern gerecht zu werden – sogar in unterschiedlichen Sprachen oder Währungen.

WebSphere Product Center in der Praxis

Einige der weltweit größten Einzelhandelsunternehmen verwenden WebSphere Product Center, um wahrscheinlich Millionen von Global Trade Item Numbers (GTINs; EAN-Nummern) und Milliarden von Attributdaten zu verwalten – diese werden wiederum mit Zehntausenden von

Zulieferern synchronisiert und an Tausende von Nutzern und Geschäften weitergeleitet. Mit einem Datenmodell, das auf Wachstum und die Anpassung an Ihre geschäftlichen Erfordernisse ausgelegt ist, bietet Ihnen WebSphere Product Center die Möglichkeit, Produktattribute, Standortinformationen und Geschäftsbeziehungen zu definieren und zu verwalten, die auf die Anforderungen Ihres Unternehmens abgestimmt sind. Mit einer intuitiven grafischen Benutzerschnittstelle (GUI) können Nutzer Produkthierarchien in diversen internen Vermarktungs- und externen Kategorisierungsschemata wie GPC, UDEX, A. C. Nielsen, eCI@ss und IRI erstellen, visualisieren und durchsuchen.

Ein ausgeklügeltes Sicherheitsmodell sorgt dafür, dass Sie den Benutzerzugriff entsprechend den Bedürfnissen Ihres Unternehmens kontrollieren können. Definieren Sie bestimmte Rollen und Verantwortungsbereiche, indem Sie festlegen, welche Informationen von Personen in bestimmten Positionen abgerufen werden können – dies können Tausende von Nutzern sein. Dabei kann es sich um interne Mitarbeiter aus den Bereichen Verkauf, Marketing, Logistik oder den Filialen handeln. Oder um externe Mitarbeiter von Ihren Zulieferern und Vertriebspartnern. Sie können darüber hinaus die zulässigen Aktivitäten von Personen in den verschiedenen Aufgabenbereichen begrenzen, wie



zum Beispiel die Bearbeitung von Daten oder die Genehmigung von Aktualisierungen. Umfassende Prüflistenfunktionen protokollieren und melden, wer zu welcher Zeit Änderungen an den Produktdaten vorgenommen hat.

WebSphere Product Center wurde in einer offenen Architektur auf Basis der Java™ 2 Plattform, Enterprise Edition (J2EE)-Standards entwickelt, die WebSphere Product Center die Flexibilität und Zuverlässigkeit verleiht, um mit Ihrem Unternehmen zu wachsen und reibungslos in Ihre internen Systeme integriert werden zu können.

Zuverlässige Messaging-Funktionalität und die enge Anbindung an führende Integrationslösungen für Unternehmen (Enterprise Application Integration = EAI), wie zum Beispiel IBM WebSphere Business Integration, stellen sicher, dass Sie WebSphere Product Center mit einer Vielzahl von internen Systemen nutzen können.

Produktinformationsmanagement und Eigenmarkenprodukte

Wenn Ihr Unternehmen eine Eigenmarkeninitiative verfolgt, muss es wie ein Hersteller agieren, der diese Produkte auf den Markt bringt. Damit ein Produkt seinen Weg vom Reißbrett in die Läden findet, erfordert die Vermarktung von Eigenmarken die Erstellung von Produktspezifikationen, die Beschreibung der wichtigsten Produktattribute, die Auswahl von Lieferanten und die Beschaffung der Artikel. Im Laufe dieses Prozesses müssen intern generierte Produktinformationen mit internen Vermarktungs-, Preisfestsetzungs- und Lagersystemen synchronisiert werden. Um ein erstklassiges Eigenmarkengeschäft aufzubauen, benötigen Sie ein Produktinformations-Managementsystem, das sowohl Ihren Ansprüchen als auch denen Ihrer Hersteller genügt. Dank eines erweiterbaren Datenmodells und der Möglichkeit, eine große Menge an Produktinformationselementen aufzunehmen und zu verwalten, ist WebSphere Product Center die Lösung mit der Bandbreite von Funktionen, die für die erfolgreiche

Umsetzung von Eigenmarkeninitiativen erforderlich sind. WebSphere Product Center ist bei weltweit führenden Herstellern im Einsatz und bietet umfassende Möglichkeiten zur Erstellung und Verwaltung von Produktinformationen, um Eigenmarkeninitiativen des Einzelhandels zu unterstützen.

Produktinformationsmanagement und unternehmensübergreifende Zusammenarbeit

Das Produktinformationsmanagement dient als Basis für die Entwicklung von Funktionen für die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit. Viele wichtige Unternehmensbereiche – Vermarktung, Kategoriemanagement, Beschaffung und Katalogpflege – können von einer einzigen, zuverlässigen Quelle für fehlerfreie Produktinformationen profitieren. Ein zentralisiertes System reduziert erheblich die Kosten, die erforderlich sind, um verschiedene Verkaufs- und Vertriebskanäle mit ausführlichen und relevanten Produktinformationen zu versorgen.



WebSphere Product Center stellt nicht nur Ihren Verkaufs- und Vertriebskanälen Produktinformationen zur Verfügung, sondern bietet diese genauen und aktuellen Informationen an allen Schnittstellen mit Kunden oder Geschäftspartnern an; einige Beispiele: E-Commerce-Sites, Partnerportale, Kioske, Einzelhandelsgeschäfte, Broschüren, Kataloge und Point-of-Sale-Displays. Machen Sie das Beste aus vorhandenen Investitionen in traditionelle Anwendungen und allen darin enthaltenen Produktinformationen, indem Sie die Abläufe – traditionell oft nicht verknüpfte, manuelle Prozesse – automatisieren, mit denen Daten aktualisiert und weitergeleitet werden. Workflow-Funktionen in WebSphere Product Center reduzieren Kosten und Zykluszeiten, indem sie in team-, organisations- und systemübergreifend Aufgaben zusammenfassen und automatisieren – sowohl in Ihren internen als auch in Ihren externen Lieferketten.

Zentralisierte, synchronisierte Produktinformationen – unabdingbar für RFID

RFID läutet einen einschneidenden technologischen Wandel für den Einzelhandel ein. Die Verfügbarkeit von präzisen und umfassenden Produktinformationen ist hierfür eine entscheidende Voraussetzung. Für RFID-Anwendungen muss der im RFID-Etikett gespeicherte elektronische Produktcode (Electronic

Product Code = EPC) mit detaillierten Informationen zum Produkt verknüpft werden, wie zum Beispiel Zulieferer, Standort oder Charge. Jedes Mal wenn ein Etikett auf dem Weg vom Hersteller zum Verkaufsregal eingescannt wird, sorgt WebSphere Product Center dafür, dass der EPC in detaillierte und präzise Produktinformationen umgesetzt werden kann.

Eine Lösung, die mit Ihrem Geschäft mitwächst

Ein effektives Product Information Management ist eine zentrale Voraussetzung für Ihre Geschäftstätigkeit. WebSphere Product Center bietet Ihnen eine führende Produktinformations-Management-Lösung. Nutzen Sie Ihre Produktinformationen, um Ihr Geschäft mit der vom Markt vorgegebenen und von Ihren Mitarbeitern benötigten Geschwindigkeit zu betreiben. Steigern Sie Ihre Effizienz und Reaktionsgeschwindigkeit. Verschaffen Sie sich einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz. Und realisieren Sie auf diese Weise beträchtliche Geschäftsvorteile.

Weitere Informationen

Weitere Informationen zu IBM WebSphere Product Center erhalten Sie auf folgender Website:

ibm.com/websphere/prodinfomgmt/



IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Bändliweg 21, Postfach
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter ibm.com

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind eingetragene Marken der IBM Corporation. On Demand Business und das On Demand Business Logo sind Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

WebSphere ist eine Marke der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Java und alle Java-basierenden Marken und Logos sind Marken von Sun Microsystems, Inc. in den USA und/oder anderen Ländern.

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicennamen können Marken anderer Hersteller sein.

Hergestellt in den USA
10-04

© Copyright IBM Corporation 2004
Alle Rechte vorbehalten.