

JON HING YIP



In die Business Unit „Digital Transformation“ bringt Diplom-Informatiker Jon Hing Yip, der seit 2008 bei der IT-Informatik beschäftigt ist, sein Wissen ein. Er konzipiert und entwickelt dort kundenspezifische Software-Lösungen, insbesondere im Bereich Produktinformations- und Shopsysteme. Geboren 1981 in Stuttgart, studierte Jon Hing Yip Informatik an der Universität in Ulm. Bei der IT-Informatik gefällt ihm vor allem die Vielfalt der Branchen, aus denen die Kunden kommen. „Es ist jedes Mal spannend und herausfordernd, die Denk- und Arbeitsweisen der Kunden kennenzulernen, um dann Lösungen für deren Anforderungen zu konzipieren.“



GEMEINSAM LÄUFT'S WIE GESCHMIERT

AUFBAU ZEITGEMÄSSER E-BUSINESS-STRUKTUREN BEI LIQUI MOLY MIT FACTOR:PLUS.

Das Ulmer Familienunternehmen LIQUI MOLY sorgt mit dem PIM-System der IT-Informatik für Speicherung, Aufbereitung und Verteilung sämtlicher Vertriebsinformationen.

KUNDEN-STECKBRIEF

LIQUI MOLY GmbH

Branche: Chemische Industrie

Sitz: Ulm

Beschäftigte: 527

Gründungsjahr: 1957

Artikel: rd. 4.000 im weltweiten Vertrieb (über 120 Länder)

Umsatz (2016): 316 Mio. EUR



Die LIQUI MOLY GmbH ist ein weltweit bekannter Hersteller und Vermarkter hochwertiger Schmierstoffe, Motorenöle, Additive, Fahrzeugpflegeprodukte, chemischer Reparaturhilfen sowie Service-, Klebe- und Dichtprodukte. Mit über 4.000 Artikeln bietet LIQUI MOLY für beinahe jedes Fahrzeug auf der Welt die passenden Produkte.

www.liqui-moly.de

GLOSSAR

Produktinformationsmanagement (PIM)

Eine Software, die Produktinformationen, welche über die rein logistisch-technischen Informationen aus dem ERP-System hinausgehen, für ihren Einsatz in verschiedenen Ausgabekanälen (Shopsysteme) speichert und aufbereitet: Beispiele: Produktbilder, Beschreibungstexte, marketingorientierte Inhalte.

Die Digitalisierung ändert das bisherige Verhältnis zwischen Unternehmen und außenstehenden Geschäftspartnern dramatisch. Der Kunde von heute ist hochgradig informiert und nutzt die neuen digitalen Möglichkeiten zur Einholung von Preisen oder Produktinformationen und zum Wettbewerbsvergleich weidlich aus. Mittelständische Industrieunternehmen müssen diese aus dem B2C-Umfeld stammenden Ansprüche erfüllen, um bestehende Kunden zu halten und neue zu gewinnen.

Mit passenden Portaltechnologien, Shop- und Produktinformationssystemen trägt die IT-Informatik dem veränderten Einkaufsverhalten der Kunden ihrer Auftraggeber Rechnung. So nutzt das Ulmer Familienunternehmen LIQUI MOLY GmbH das PIM-System factor:plus zum Aufbau zeitgemäßer E-Business-Strukturen. Als Vertriebsinstrument bedient factor:plus verschiedene Informationskanäle wie Prospekte, Produktdatenblätter oder Kataloge sowie ein Onlineportal. Besondere Herausforderung im Projekt: Die Produktdaten müssen in über 30

Sprachen übersetzt werden, um den Vertrieb in mehr als 100 Ländern der Erde zu ermöglichen. Diesen Übersetzungsprozess unterstützt das PIM und signalisiert online den Pflegestatus der einzelnen Artikel inklusive ihrer Standardübersetzungen. Betrieben wird die Lösung im hochverfügbaren Rechenzentrum der IT-Informatik.

Zu den im PIM gehaltenen Informationen gehören neben den reinen Produktdaten auch Dokumente, Bilder und Videos. Die Medien müssen nicht unmittelbar einem Produkt zugeordnet sein, sondern stammen zum Beispiel aus Kampagnen. Zudem entwickelte die IT-Informatik für den Kunden ein Onlineportal, auf dem die Produktinformationen auch für Vertriebspartner zur Verfügung stehen. Angebunden ist ferner ein Adobe Indesign Plug-in (priint:comet). Auf Basis von Platzhaltern und Templates für standardisierte Werbemittel wie Prospekte oder Kataloge gewährleistet es die entsprechende, automatisierte Befüllung mit Produktdaten aus dem PIM und steuert Übersetzungen automatisiert ein.

Medienneutrale Datenhaltung

„Im PIM-System der IT-Informatik können wir alle Produkt- und Sortimentsdaten zentral an einer Stelle sammeln und pflegen sowie auf vielfältigste Art und Weise durch Klassifikationen, Texte, Bilder, Medien und Übersetzung anreichern“, erklärt Uwe Duffke, Produktmanager bei LIQUI MOLY. „Die Produktinformationen werden automatisiert aufbereitet und an nachfolgende Vertriebs- und Informationskanäle wie Shops und Katalogsysteme weitergegeben.“

Für die IT-Informatik als E-Business-Spezialisten und Partner für die Digitalisierung hatte sich das Ulmer Familienunternehmen wegen deren breiten ERP-Know-hows und der regionalen Nähe entschieden. „Letztlich ausschlaggebend war natürlich die Qualität des PIM-Systems“, so Uwe Duffke. „factor:plus mit seinen ausgefeilten Funktionen im Bereich Workflow, Prüfung und Sicherung der Datenqualität sowie dem intuitiven, modernen Bedienkonzept war für uns das geeignete Mittel zur Umsetzung unserer Digitalisierungsstrategien an der Schnittstelle zum Kunden.“