



RAUTAKESKO OTTI
RIKASTAVAN
TUOTETIEDON
HALTUUN
ADEONAN AVULLA

KESKO

"Meillä Adeona on digistrategian keskiössä. Rikastava tuotetieto on elintärkeää omaisuutta. Sen hallinta on välttämätöntä, jotta voimmetoteuttastrategiaamme sähköisissä kanavissa."

canter

RAUTAKESKO OTTI RIKASTAVAN TUOTETIEDON HALTUUN ADEONAN AVULLA

Rautakeskon tuotetiedot taipuvat kymmeniin julkaisukanaviin yhden järjestelmän kautta. Projektipäällikkö Antti Sarkkula ei peittele tyytyväisyyttään Canterin Adeonaan ja aktiiviseen yhteistyöhön, joka mahdollistaa sähköisen liiketoiminnan ja prosessien kehittämisen kaikissa maissa ja myymäläketjuissa.

Rautakeskon valtava valikoima ja kuusi toimintamaata asettavat haasteita tuotetiedon hallintaan. Ongelmaksi tilanne muuttui viimeistään siinä vaiheessa, kun tuotetiedot haluttiin laajemmin internetiin. Aikaisemmin valtaosa sisällöstä tehtiin paikallisesti, ja rikastavat tuotetiedot olivat hajallaan useiden kymmenien tuotepäälliköiden takana.

”Jos yksi tuottaa tekstiä, toinen muokkaa ja kolmas käyttää, niin kuka sitä lopulta enää omistaa ja arkistoi”, kysyy Rautakeskon projektipäällikkö Antti Sarkkula. ”Halusimme tiedot yhteen purkkiin. Selkeät vastuut ja keskitetyt ratkaisun.”

Rikastavan tuotetiedon hallintaan hankittu Canterin Adeona valikoitui useiden järjestelmien joukosta. Alussa puhuttiin mediapankista, mutta hankkeen edetessä toteutuksesta kasvoi aiottua kattavampi. Kävi ilmi, että Adeona voi mahdollistaa paljon laajemman kokonaisuuden.

ADEONA ON VÄLTTÄMÄTÖN INVESTOINTI

Adeona PIM on rikastavan tuotetiedon ylläpitoon ja julkaisuun suunniteltu keskitetty ratkaisu. Se yhdistää markkinointitiedon Rautakeskon globaalista SAP-toiminnanohjausjärjestelmästä tulevaan rivitietoon mahdollistaen julkaisun useissa eri kanavissa.

”Adeonan tuomaa taloudellista hyötyä on mahdotonta mitata tarkasti. Näemme sen välttämättömänä investointina, joka on mahdollistanut itsessään niin monen asian toteuttamisen, että lopullisia vaikutuksia on lähes mahdoton laskea”, Sarkkula sanoo.

Järjestelmän pystyttämiseen liittyviä kustannuksia hän pitää erittäin kohtuullisina. Ylivoimaisesti suurin kustannus on ollut sisällöntuotanto. Siihen on mennyt aikaa, mutta se on ollut välttämätöntä.

TUOTETIEDON LAATU ON KESKIÖSSÄ

Rautakesko käyttää Adeonaa monipuolisesti. Rikastaviin tuotetietoihin sisältyy niin markkinointitekstejä, kuvia kuin liitteitäkin.

Tiedon kerääminen ja tuotteiden rikastaminen on osa tuotepäällikön arkea. Jos yhdessä toimintamaassa tehdään hyvä teksti, se on englanninkielisen käännöksen kautta kaikkien käytössä.

”Kyse on ennen kaikkea laatuystävällisestä. Meillä on tuhansia tava-

rantoimittajia ja heistä jokaisella on oma tapansa tuottaa tietoa. Meille on tärkeää, että markkinointiteksti kuulostaa Rautakeskolta”, Sarkkula sanoo.

AUTOMAATTITAITTO SÄÄSTÄÄ AIKAA

Rikastettu tuotetieto on paljon aiottua laajemmassa käytössä. Sen lisäksi, että kaikki nettisivujen kuvat ja tuotetiedot ovat lähtöisin Adeonasta, niitä käytetään myös mainostuotannossa ja myymälöissä.

”Automaattitaitto on hyvä esimerkki. Jos yhdeltä ihmiseltä kului aiemmin pari viikkoa pelkästään printtikuvaston tietojen keräämiseen, nyt vastaavat tuotetiedot ja taittajalle tarkoitetut ohjeet siirtyvät valmiiseen taittopohjaan muutamassa tunnissa. Adeona on tuonut merkittävää säästöä ja korvannut samalla ison osan talon ulkopuolella teetetystä tuotantotyöstä.”

Itsenäiset kauppiat tekevät hintajulisteita ja omaa markkinointiaan. Mediapankin kautta kaupat voivat jakaa sisältöä esimerkiksi omille mainostoimistoilleen.

AKTIIVINEN YHTEISTYÖ KANTAA HEDELMÄÄ

Sarkkula kehuu Canterin yhteistyökykyä ja toimintatapaa.

”Jos minulla on tarve ja jonkinlainen ajatus siitä, miten se voitaisiin ratkaista, Canter ottaa asian pohdittavakseen ja esittelee yleensä paljon paremman ratkaisun. He pyrkivät ymmärtämään, kuinka me toimimme rikastavan tuotetiedon kanssa.”

”Olemme kehittäneet Adeonaa yhdessä. Standardituotteeseen on päätyttyä meidän tarpeista lähteviä kehityspiirteitä. Olen ollut määrittelemässä ja testaamassa ja sitä kautta on ollut helppo kullottaa omaa väkeä.”

Kahden vuoden aikana tuotetietoja on rikastettu maltillisin tavottein. Nyt kun ydinvalikoima alkaa olla valmiina, on tullut aika miettiä myös jatkokehitystä. Sarkkula näkee lukuisia mahdollisuuksia, joista automaattitaitto on jo yksi käytössä oleva sovellus.

”Laitoimme asiat tärkeysjärjestykseen. Rikastavan tuotetiedon säilöminen ja sen käyttäminen kymmenissä eri kanavissa on se, mitä ilman me emme voi elää. Nyt kun se tieto alkaa olla hallussa, vain taivas on rajana sen hyödyntämisessä.”

Harvassa ovat ne järjestelmätoimittajat, jotka pyrkivät vastaamaan tilausten sijaan asiakkaan tarpeisiin. Canter on yksi niistä, ja se on hyvin poikkeuksellista.

ANTTI SARKKULA, RAUTAKESKO

RAUTAKESKO & ADEONA LYHYESTI

HAASTE » Rautakeskon toimintamoihin oli luotu yhteinen toiminnanohjausjärjestelmä. Tuotteisiin liittyvä rivitieto oli harmonisoitu, mutta markkinointitieto oli hajallaan useissa tietokannoissa kymmenien henkilöiden takana. Kun tuotteita haluttiin viedä internetsivuille, rikastetun tuotetiedon hallintaan tarvittiin keskitetty järjestelmä.

RATKAISU » Canterin toimittama Adeona PIM on rikastavan tuotetiedon ylläpitoon ja julkaisuun suunniteltu keskitetty ratkaisu. Se yhdistää markkinointitiedon Rautakeskon globaalista toiminnanohjausjärjestelmästä tulevaan rivitietoon ja mahdollistaa tuotetiedon julkaisun sekä sähköisissä että perinteisissä kanavissa.

HYÖDYT » Rikastavien tietojen ylläpitäminen Adeonassa on huomattavasti helpompaa kuin samojen tietojen hallinta useissa järjestelmissä. Keskitetty järjestelmä on poistanut päällekkäisyyksiä ja oikaissut prosesseja. Adeona mahdollistaa sähköisen kaupankäynnin kehittämisen, vapauttaa markkinoinnin resursseja ja korvaa aiemmin ulkoistettua tuotantotyötä.

FAKTAT » 6 maata • 7 kieltä • 6 ylläpitoikäyttöä • 500 loppukäyttäjää • Yli 100.000 tuotenimikettä • Reilut 4.000.000 datariviä • 68.000 tuotekuvaa • Yli 400.000 kuvaversiota • Kymmeniä julkaisukanavia • 15 integraatiota • Laajat integraatiot mm. SAP:iin ja verkkopalveluihin • Älykkäät automaatiot sisällöntuotannon tukena • Tukee brändien hallintaa ja kehittämistä





KESKO

RAUTAKESKO on johtava rautakauppa- ja sisustustuotteiden sekä palveluiden vähittäiskauppayhtiö, joka toimii Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Virossa, Latviassa, Liettuassa, Venäjällä ja Valko-Venäjällä. Suomessa Rautakesko harjoittaa myös maatalouskauppaa. Rautakesko johtaa ja kehittää K-rauta-, Rautia-, K-maatalous-, Byggmaker-, Senukai- ja OMA-vähittäiskauppaketteja sekä yrityspalvelumyyntiä toiminta-alueellaan. Rautakauppoja on yli 360 kahdeksassa toimintamaassa ja maatalouskauppoja lähes 90.

canter

ADEONA PIM on tuotetiedon hallintaan ja monikanavajulkaisuun soveltuva ohjelmisto, jonka todellinen hyöty mitataan silloin, kun yrityksen valikoimissa on tuhansia tai jopa satoja tuhansia tuotenimikkeitä. Ohjelmistoa kehittävä Canter on kotimainen, Etola-konserniin kuuluva ohjelmisto- ja asiantuntijatalo. Olemme kehittäneet tuotetiedon hallintaan, automaattituotantoon ja -julkaisuun liittyviä ohjelmistoja kaksi vuosikymmentä maailman johtavien teknologiakumppaneiden kanssa. Eri toimialoja edustavat asiakkaat ovat raivanneet

kanssamme tietä ja olleet omassa bisneksessään tuotetiedon hallinnan edelläkävijöitä maailmanlaajuisesti. Maailmalla PIM (Product Information Management) on nyt kaikkien huulilla. Olemme ylpeitä voidessamme tarjota täysin kotimaisen ratkaisun ja uskomme, että nimenomaan sillä on merkitystä. Näemme ohjelmistobisneksen palvelubisneksenä: ymmärrämme asiakkaidemme liiketoimintaa, rakennamme asiakaskohtaisia ratkaisuja kumppanina ja olemme lähellä, kun käyttöönoton tukea ja tuotekehitystä tarvitaan.