

w&co-Basisinformationen “Katalogproduktion” Für Ihre Vorbereitung auf unseren kostenlosen Prozess-Check

Beleuchtung der Ausgangssituation

Wurden früher Kataloge und Preislisten nur in deutsch und englisch produziert, sind es heute schnell 10 bis 15 Sprachen. Durch die zunehmende Globalisierung müssen neue Märkte erschlossen werden. Der Trend geht daher noch viel weiter. Erste Unternehmen produzieren Ihre Printprodukte bereits in über 25 Sprachen.

Zukünftig gilt es zudem noch individueller auf Kundenwünsche einzugehen und das auch regional unterschiedlich. Weitere Kanäle müssen zukünftig bedient werden und gleichzeitig ist eine schnellere Time-to-market gefordert.

Auf der anderen Seite werden Marketingbudgets nicht erhöht und keine zusätzlichen Ressourcen in den Marketingabteilungen aufgebaut. Kataloge, Preislisten und andere Medien müssen schneller und gleichzeitig kostengünstiger produziert werden.

Es ist möglich an vielen Stellschrauben zu drehen, um die Kosten zu senken und schneller zu werden. Langfristig wird Medienproduktion jedoch am effizientesten, wenn Publishing-Prozesse automatisiert und über klar geregelte Workflows gesteuert werden.

Wie ist die grundsätzliche Vorgehensweise bei der Einführung von Katalogproduktionen bei w&co?

Zunächst analysieren wir Ihre derzeitigen Verkaufsmaterialien. Wir prüfen welche Produktinformationen für die umfängliche Darstellung Ihrer Produkte benötigt werden.

Welche Produktinformationen verwenden Sie in:

- Broschüren
- Katalogen
- Preislisten
- Datenblättern
- ...

Produktinformationen könnten beispielsweise sein:

- Maße des Produkts (Höhe, Länge, Breite)
- Gewicht
- Energieeffizienz
- kurze Produktbeschreibung
- lange Produktbeschreibung
- weitere marketingrelevanten Inhalte
- Bilder
- Labels
- Logos
- ...

Zudem analysieren wir wo und ggf. in welchen Systemen und Datenbanken (PIM/DAM) bei Ihnen die Daten abgelegt sind, dazu dann auch das jeweilige Datenmodell.

Auf Grundlage der Analyse stellen wir Ihnen eine oder auch unterschiedliche Umsetzungsmöglichkeiten vor.

Nach Ihrer Entscheidung für eine Lösung implementieren wir das System, auch in Ihre Systemlandschaft, und begleiten Sie bei Ihren ersten Produktionen mit dem System. Dabei programmieren wir, nach Ihren Layoutvorgaben die nötigen Templates. Diese werden in jedem Database Publishing Prozess benötigt.

Sollten Sie schon ein System zur Katalogproduktion nutzen, unterstützen wir Sie bei der Optimierung bzw. bei der Weiterentwicklung der Umsetzungsmöglichkeiten.

Welche Anforderungen stellen sich an die Unternehmen, um Kataloge erfolgreich zu produzieren?

Katalogproduktion fängt schon weit vor dem Satz/Layout an. Eine optimale und vollständige Datenintegration und Aufbereitung ist die wichtigste Voraussetzung für die Produktion. Das heißt die Datenqualität muss stimmen. Es ist nicht zwingend ein Product Information Management System (PIM) notwendig, wenn die Produktinformationen sauber z. B. in Excel gepflegt werden. Jedoch bietet ein PIM-System mehr Datensicherheit und Funktionen, die den Prozess beschleunigen können. Welches PIM-System am besten für Ihre Anforderungen geeignet ist, ist von Fall zu Fall zu prüfen.

Auch ein Digital Asset Management System (DAM) ist nicht zwingend notwendig für Database Publishing. Wenn die Bilddateien z. B. mit der Artikelnummer benannt sind, kann das schon ausreichend sein. Ein DAM-System hilft jedoch dabei Assets wie Bilder und Videos besser zu verwalten und zu kommunizieren.

Die Kommunikation im Prozess zwischen internen Stellen und externen Partnern kann über klassische Wege wie E-Mail und FTP laufen. Bei größeren Seiten-Volumina im Jahr, macht es Sinn ein größeres Publishingsystem einzusetzen und nur über dieses auch statusbasiert zu kommunizieren.

Betrachtung der unterschiedlichen Automatisierungsgrade (Business Cases)?

Jedes Projekt braucht unterschiedliche Strategien für die Automatisierung. Hier unterscheiden wir folgende Layoutstrategien:

a. vollautomatisches Layout (regelbasiertes Layout) - Automatisierungsgrad 100 %

Bei dieser Methode bestimmen Regeln, die Ihrem Corporate Design entsprechen und vorher festgelegt wurden, wie die Bilder und Texte auf den einzelnen Seiten positioniert werden. Dabei werden alle für den Seitenaufbau nötigen Eigenschaften beachtet. Hier müssen Plug-Ins und Skripte mehr Arbeit leisten, da keine vordefinierten Layoutvorlagen in InDesign angelegt sind.

b. halbautomatisches Layout - Automatisierungsgrad 60 - 80 %

In dieser Methode werden Layoutvorlagen in InDesign angelegt, u. U. auch verschiedene, um Abwechslung in den Seitenaufbau zu bekommen. Einzelne Teilschritte können dabei automatisiert werden, z. B. die Befüllung einer Tabelle.

c. freies Layout (nur vorplatziertes Content) - Automatisierungsgrad 30 - 50 %

In dieser Methode werden Inhalte durch ein System sehr grob auf einer Seite platziert. Dieser Content wird dann durch einen Grafiker und Mediengestalter auf der Seite frei gestaltet.

Bei der Betrachtung und Entscheidung für eines der drei Layoutstrategien ist u. U. auch die Lokalisierung zu berücksichtigen.

Die Internationalisierung, sprich der Austausch bzw. die Aktualisierung der Inhalte durch übersetzten Content, ist bei allen drei Methoden gewährleistet.

Welche „Stolpersteine“ gibt es bei der Einführung von Katalogproduktionen?

Das Gestaltungskonzept ist kritisch zu prüfen. Wenn Sie aus wirtschaftlichen Gründen ein regelbasiertes Layout einsetzen wollen, spricht u. U. das Gestaltungskonzept dagegen.

Ist die Datenqualität nicht durchgängig gut, gibt es Probleme. Daher sollte großes Augenmerk darauf gelegt werden, die Daten konsistent zu pflegen.

Manuelle Inhaltskorrekturen an, per Database Publishing erstellte Seiten (weil Inhalte u. U. falsch sind), führen dazu, dass die Aktualisierungsmöglichkeiten aufgehoben werden.

Auch die Flexibilität will beachtet sein. Beim freien Layout kann das Layout einer Seite einfach angepasst werden. Beim vollautomatischen Layout müssen u. U. sehr aufwändig Templates umprogrammiert werden.

Der Prozess bei dieser Art der Katalogproduktion bedingt, gegenüber der herkömmlichen Produktionsweise, in Teilen ein Umdenken der handelnden Personen. So muss die Vorarbeit akribisch abgeschlossen sein, wenn quasi auf Knopfdruck die Seiten erstellt werden sollen.

Vorteile der Produktion

- größtmögliche Prozess- und Ergebnissicherheit sowie Transparenz
- höchstmöglicher Automatisierungsgrad je nach Layout
- faktisch Fehlerfreiheit (wenn die Daten richtig gepflegt sind)
- Reduktion der Korrekturschleifen, idealerweise auf eine Schleife
- maximale terminliche und wirtschaftliche Planungssicherheit
- um ca. 60 % beschleunigte Versorgung internationaler Märkte

Kostenloser w&co Prozesscheck Katalogproduktion

Füllen Sie noch heute unseren Online-Fragebogen aus. Sie erhalten dann von uns eine Analyse Ihres derzeitigen Status Quos und wir geben Ihnen eine erste Handlungsempfehlung.

<https://www.w-co.de/database-publishing-prozess-check/>

Unsere Kontaktdaten:

w&co MediaServices GmbH & Co KG

Charles-de-Gaulle-Straße 8
81737 München

T: +49 (0)89 67 80 03-0

www.w-co.de

Ihre Ansprechpartner

Karl-Ulrich Hecker

Prokurist /Vertriebsleiter

T: +49 (0)89 67 80 03-16

M: +49 (0)172 8 47 24 91

F: +49 (0)89 67 80 03-70

karl.hecker@w-co.de

Sönke Martensen

Senior Sales Manager

T: +49 (0)40 401 663 60

M: +49 (0)171 634 04 04

F: +49 (0)40 401 663 61

soenke.martensen@w-co.de

René Boitin

Senior Sales Manager

T: +49 (0)89 678 003-195

M: +49 (0)173 758 86 63

rene.boitin@w-co.de