

## Aktionen planen - Von der Warensteuerung bis zum Werbemittel

Für factor:plus ist der Begriff „Aktion“ ein Oberbegriff für zeitlich begrenzte, produktbezogene, verkaufsfördernde Maßnahmen. Im stationären Handel kann die Ausgestaltung einer Aktion sehr facettenreich sein. Beispielsweise

- mit Fokus auf den Preis (z.B. Rabatt)
- mit Fokus auf den Waren-Druck bzw. die Waren-Verknappung
- mit Fokus auf zeitlich oder räumlich begrenzte Ereignisse (z.B. Weihnachten)

Die damit verbundenen Ziele des Unternehmens sind genauso vielschichtig:

- Umsatzsteigerung
- Kundenfrequenzsteigerung
- Reduktion der Kapitalbindung
- Markenbekanntheit

### Mit dem factor:plus Aktionsmanagement steuern Sie Ihre Aktionen ganzheitlich!

Eine Aktion muss gut durchdacht und strukturiert sein. In einem Filialbetrieb steigt die Komplexität ins Unermessliche, wenn lokale Gegebenheiten berücksichtigt werden sollen.

factor:plus hat für den filialisierten Einzelhandel ein Modul ent-

wickelt, das die Planung, Koordination und Kontrolle der einzelnen Teilprozesse einer Aktion übernimmt.

In jeder einzelnen Phase unterstützt das System mit Informationen oder Automatismen. Beispielsweise kann während der Mengenplanung einer bevorstehenden Aktion auf eine vergangene Aktion referenziert werden. Die Prognose unterstützt bei der Abschätzung des Werbeerfolgs und des Warenbedarfs.

Ist die Aktion freigegeben, werden mittels der Filialdisposition und der Prognose die Mengen für jede Filiale automatisch disponiert. Die Logistik reserviert gegebenenfalls Sonderkommissionierplätze und zusätzliches Personal. Während also die Ware in der Zentrale vorbereitet wird, werden die Filialen über die Aktion informiert. Dabei werden Preise in die Kassen eingespielt und Preisetikett- sowie der Plakat-Druck in den Filialen angestoßen.

Auch nach einer Verkaufsförderung spielt das Aktionsmanagement eine wichtige Rolle. So stehen Informationen wie die Bewertung des Erfolgs und die tatsächlich abverkauften Mengen für zukünftige Aktionen unmittelbar zur Verfügung.

**Für ein umfangreiches Aktionsmanagement müssen nicht alle Module von factor:plus eingesetzt werden. Das Modul „Aktion“ sowie die anderen Module von factor:plus können unabhängig voneinander in eine bestehende Infrastruktur integriert und nach Bedarf ergänzt werden.**

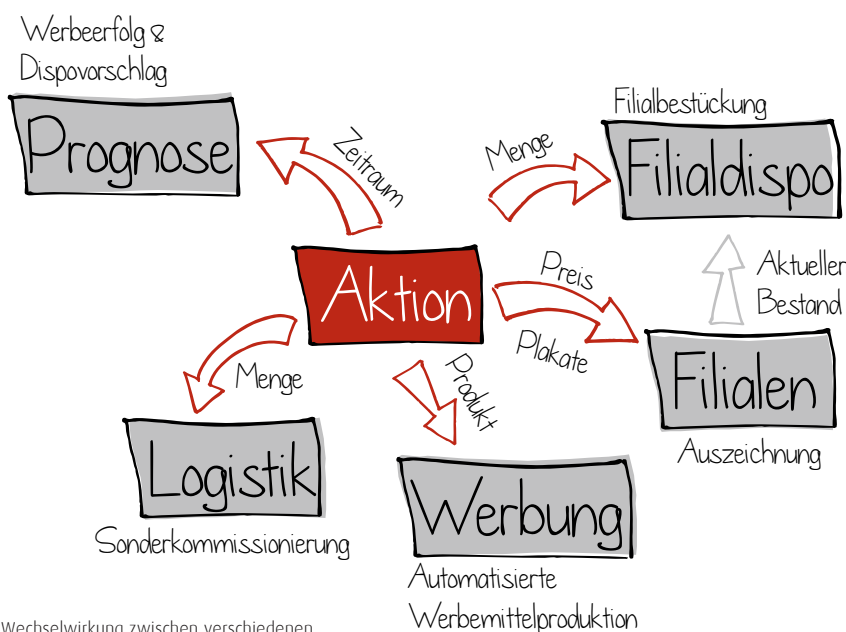


Abb.: Wechselwirkung zwischen verschiedenen Prozessen ausgelöst durch eine Aktionsplanung

### Aktionen übergreifend managen

Den Überblick über Aktionen nicht zu verlieren und alle Gewerke Hand in Hand arbeiten lassen, dabei hilft factor:plus und begleitet Sie systemisch von der Planung bis zur Umsetzung einer Aktion. Nicht nur die Werbemaßnahme und die vollautomatische Werbemittelerstellung, sondern der komplette Warenfluss vom Einkauf bis zum Verkauf werden durch factor:plus unterstützt. Damit ist die Lösung von factor:plus nahezu einzigartig am Markt und bietet dem Einzelhandel neben Software auch die Beratungskompetenz für die Lösung.

## Aktionen planen - Von der Warensteuerung bis zum Werbemittel

### Produktinformationen, die nicht im Warenwirtschaftssystem stehen

Auch wenn eine Warenwirtschaft für viele Prozesse im Unternehmen als führendes System gilt, so gibt es dennoch Informationen zu den Produkten, die nicht im WWS hinterlegt werden.

Diese Informationen haben meist keine Relevanz für die Warenflusssteuerung und die Warenbeschaffung, sind aber zum Beispiel für den Vertrieb bzw. den Endkunden unerlässlich. Ein Produktinformationsmanagement-System (PIM) schließt diese Lücke und versorgt als zentrales System alle angeschlossenen Vertriebs- und Informationskanäle mit Zusatzinformationen zum Produkt. Von einzelnen Datensätzen und deren Landes-Sprach-Varianten bis hin zu Medien, wie Videos und Audio-Dateien, verwaltet das PIM die Zusatzinformationen und prüft permanent, ob sie vollständig und aktuell sind.

Durch ein PIM verbessert sich nicht nur die Qualität Ihrer Produktinformationen, sondern es unterstützt Sie im Aufbau von weiteren Vertriebskanälen, wie z.B. einem Online-Shop. Aber auch Offline-Medien können über das System versorgt werden. Web2Print oder Print-on-Demand sind mittels PIM kein Schlagwort mehr sondern gelebte Praxis. Voll- oder teilautomatisierte Prozesse befüllen die Werbemittel mit Produktinformationen und stellen sie auf Nachfrage zum Beispiel als PDF zur Verfügung. Der Werbemittelerstellungsprozess wird maßgeblich beschleunigt und verbessert.

Nutzen Sie die Stärken der Module, um einen durchgängigen Werbemittelprozess zu schaffen. Von der Planung bis zur Realisierung. Einfaches Handling für eine schnelle Umsetzung.

#### Von der Planung bis zur Produktion

factor:plus unterstützt nicht nur das Produktdatenmanagement sondern auch durch Add-Ons und Plug-Ins im kompletten Werbemittelerstellungsprozess. Schnittstellenübergreifende Prozesse, ohne Medienbruch, vereinfachen und beschleunigen die Werbemittelproduktion. Im Falle einer Beilagenproduktion bietet factor:plus neben einer Workflow-Untersützung interessante Funktionalitäten wie beispielsweise eine visuelle Beilagenverplanung, die Category-Managern die Konzeption vereinfacht. Des Weiteren arbeiten Grafiker auf der selben Daten- und Informationsbasis und werden über Änderungen in Echtzeit informiert, die sie, wenn gewünscht, automatisiert übernehmen können.

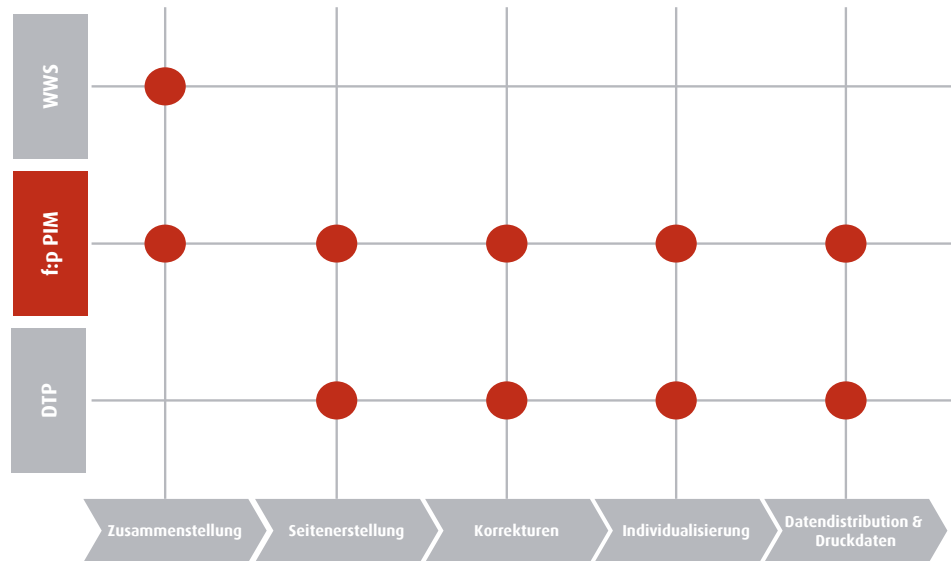


Abb.: Vereinfachte Darstellung eines möglichen Werbemittelerstellungs-Prozesses. factor:plus unterstützt komplett, über System-Grenzen hinweg.

#### factor:plus Aktionsmanagement - auf einen Blick:

- Planung von verkaufsfördernden Maßnahmen mit Systemunterstützung
- Vollständig integriert in den Geschäfts- und Logistikprozess
- Kürzere Vorlaufzeiten einer Aktion durch Beschleunigung der Werbemittelerstellung
- Möglichkeit der Datenveredelung (Pflege von Metadaten, Bildern, Medien, Texten, etc.)
- Automatisierte Werbemittelerstellung (Web2Print & Print-on-Demand)
- Übersetzungsmanagement, Übersetzungsprogramm integrierbar