



Comment WAGO utilise des catalogues à facettes pour préparer l'édition pour l'avenir



Présent dans plus de 80 pays, environ 8 500 employés, 950 millions de chiffre d'affaires 2020

WAGO a connu une croissance continue et aujourd'hui, environ 8 500 personnes travaillent pour WAGO dans le monde entier. Qu'il s'agisse de l'industrie, de la technique ferroviaire et énergétique, de la marine et de l'offshore ou de la technique du bâtiment et de l'éclairage, les produits et solutions de WAGO assurent la sécurité et l'efficacité. Le groupe WAGO est sur place pour les clients du monde entier.

Opportunité

Les efforts redondants, les coûts élevés, la planification manuelle, la mauvaise qualité des données, les longs processus d'approbation ou la susceptibilité aux erreurs, parfois avec d'innombrables boucles de correction, décrivent l'ancien processus classique de catalogue, qui n'est plus à la hauteur des défis actuels en matière de communication. La tâche consistait à maîtriser les exigences en matière de communication que la transformation numérique entraîne.

Solution

Les filtres qui peuvent être recherchés ou filtrés dans une recherche en ligne sont également appelés facettes. Pour WAGO, nous avons implémenté des catalogues de facettes à l'aide de la suite priint:suite. Cela signifie que la hiérarchisation du catalogue est désormais effectuée de manière dynamique et à la demande via des règles de facettes définies au préalable et que la sortie des pages de produits est donc basée sur des règles et entièrement automatique. Le catalogue de facettes change donc la donne dans le processus de publication.

Avantages

- ✓ **Une expérience client uniforme**
Une expérience client cohérente et multicanal grâce à une même structure dans les médias en ligne et hors ligne.
- ✓ **Amélioration de la qualité des données**
L'exigence d'une qualité de données de premier ordre est la base d'une diffusion fluide, dont toutes les chaînes bénéficient.
- ✓ **Élimination de la double gestion des données**
Tous les enregistrements de données sont créés une seule fois en haute qualité. La gestion séparée des contenus en ligne et hors ligne n'est plus nécessaire.
- ✓ **Vitesse et flexibilité élevées**
Grâce à la logique des facettes, il est possible de mettre en œuvre très rapidement des ajustements plus importants de l'assortiment, ainsi que des structures avec des séquences et des regroupements du catalogue.
- ✓ **Base de la personnalisation**
La haute qualité, la flexibilité et la rapidité sont la base d'un haut degré de personnalisation dans l'édition.

Un changement important dans l'édition : le catalogue à Facette

Comment les responsables du marketing et des ventes en B2B peuvent utiliser les catalogues à facette pour créer une image puissante.

Ce que nous entendons par facettes

En principe, presque toutes les boutiques en ligne proposent une recherche par facette. Après une première saisie, le client se voit présenter une liste de produits disponibles et une série d'options pour les filtrer plus précisément. Ces filtres, qui nous permettent de trouver rapidement et facilement les bons produits, sont nos facettes.

Les facettes comprennent l'assortiment (filtre) et le regroupement avec les commandes pour contrôler la structure du catalogue. Le regroupement est aussi simple que de cliquer ensemble des facettes en ligne. Elle contrôle la structure du catalogue et est préconfigurée une fois pour chaque catalogue. L'assortiment peut être préconfiguré via des filtres ou configuré au moment de l'exécution, exactement comme dans le cas d'une recherche par facettes en ligne.

Quelle est donc la différence entre un catalogue traditionnel (automatisé) et un catalogue à facettes ? Avec le catalogue automatisé traditionnel, une hiérarchie de catalogue statique est généralement définie dans un système PIM. En règle générale, les détails diffèrent considérablement de la représentation numérique des produits.

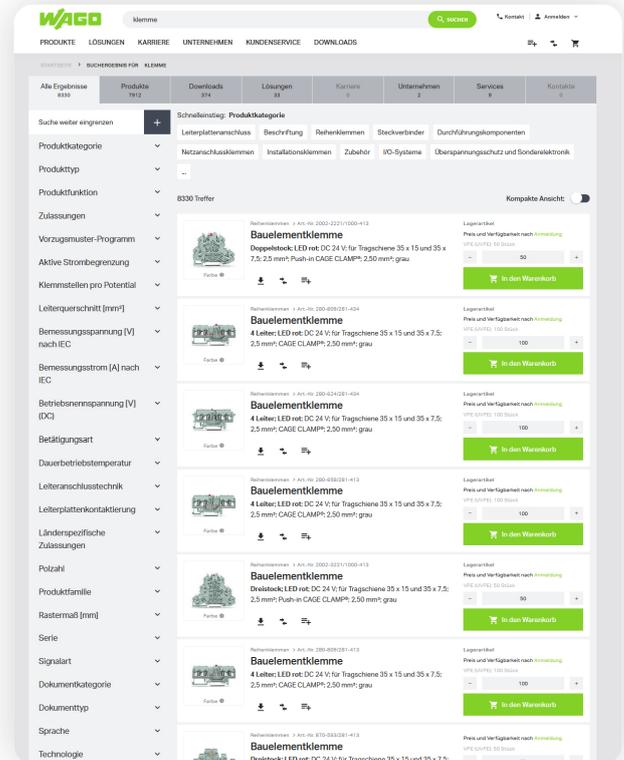
Dans un catalogue à facettes, une telle structure n'existe plus. La hiérarchie est générée dynamiquement, via des règles de facettes. L'édition des pages de produits peut ainsi être basée sur des règles et entièrement automatisée. Le contenu éditorial et les documents créés manuellement peuvent être intégrés pour une sortie entièrement automatique. Le catalogue de facettes est entièrement basé sur les données utilisées pour la communication numérique. Les données sur les produits spécifiques à l'impression n'existent plus.

Les règles mentionnées ci-dessus peuvent être adaptées en quelques minutes. Des catalogues de 800 pages sont entièrement modifiés en quelques jours et la production de PDF imprimables, y compris les tests, est donc possible à court terme. Cela permet à WAGO d'adapter mieux et plus individuellement la structure des publications aux besoins des clients.

Expertise, esthétique, automatisation complète ?

La compilation basée sur des règles exige des entreprises qu'elles aient une connaissance approfondie de la vision qu'ont les clients des produits et de leurs données. Cela leur permet de tenir compte de leurs préférences de lecture et de leurs cas d'utilisation, des produits et détails. La structure et l'hygiène inconditionnelle des données dans le MIP sont basées sur cela.

En raison de la dépendance croissante des processus de publication à l'égard de données de qualité, cette conversion favorise également la transformation numérique, car il est désormais nécessaire de conserver réellement tout le contenu dans des systèmes numériques et de le rendre disponible. Les ressources libérées par le changement de processus peuvent désormais être utilisées pour le travail éditorial. Après tout, c'est l'une des principales conditions préalables à la communication transcanal et axée sur les données.



Présentation des facettes dans la boutique en ligne

Comme il est souvent difficile d'assurer une maintenance et une diffusion efficaces des données sans visualisation des résultats, la suite print:suite offre la possibilité de réaliser des aperçus en ligne. Par exemple, si un employé saisit les attributs techniques d'un produit, il peut faire afficher un aperçu à tout moment pour valider la logique et la présentation.

L'automatisation complète et la créativité ne sont en aucun cas une contradiction. Outre la création d'un ensemble de données parfait, la créativité est également requise. Cela se traduit par la possibilité de créer des modèles visuellement sophistiqués.

Pour qui les catalogues à facettes sont-ils intéressants ?

Dans les cas suivants, vous devez penser à introduire des catalogues de facettes :

- Les entreprises dont les produits nécessitent des explications et peuvent être utilisés dans différents contextes
- Les entreprises qui veulent créer des produits dérivés rapidement et facilement, par exemple avec des gammes de produits différentes, des périmètres différents
- Les entreprises qui veulent garantir une expérience produit uniforme à travers tous les points de contact
- Les entreprises qui veulent optimiser leurs processus de maintenance des données et la qualité des données.



Technologie de contact WAGO

Pour des liens solides

L'entreprise, fondée en 1951 à Minden, est toujours sur la voie du succès. Des milliers d'articles connectent, mesurent, contrôlent et mettent en réseau des produits dans l'industrie automobile, la technologie du bâtiment et d'autres secteurs - dans le monde entier. Des solutions fiables dans un monde intelligemment mis en réseau et un partenariat coopératif avec les clients, les partenaires et les employés, tel est le credo de cette entreprise familiale prospère.

Chez WAGO, relever les défis futurs à un stade précoce et s'établir en tant que pionnier dans la branche ne se réfère pas seulement au développement de produits, mais aussi au marketing. Cette approche de l'édition tournée vers l'avenir a été exprimée de manière cohérente à Horst Huber, PDG de WERK II, dans une déclaration qui semble simple :



„Monsieur Huber, je voudrais pouvoir imprimer ma boutique en ligne. Derrière ma déclaration se cachait une approche qui devait modifier à long terme notre processus d'édition traditionnel grâce au concept novateur des catalogues à facettes.

Artur Wozniak-Feldmeier, Marketing d'entreprise chez WAGO

Faits importants



priint Group



Région: Dans le monde entier

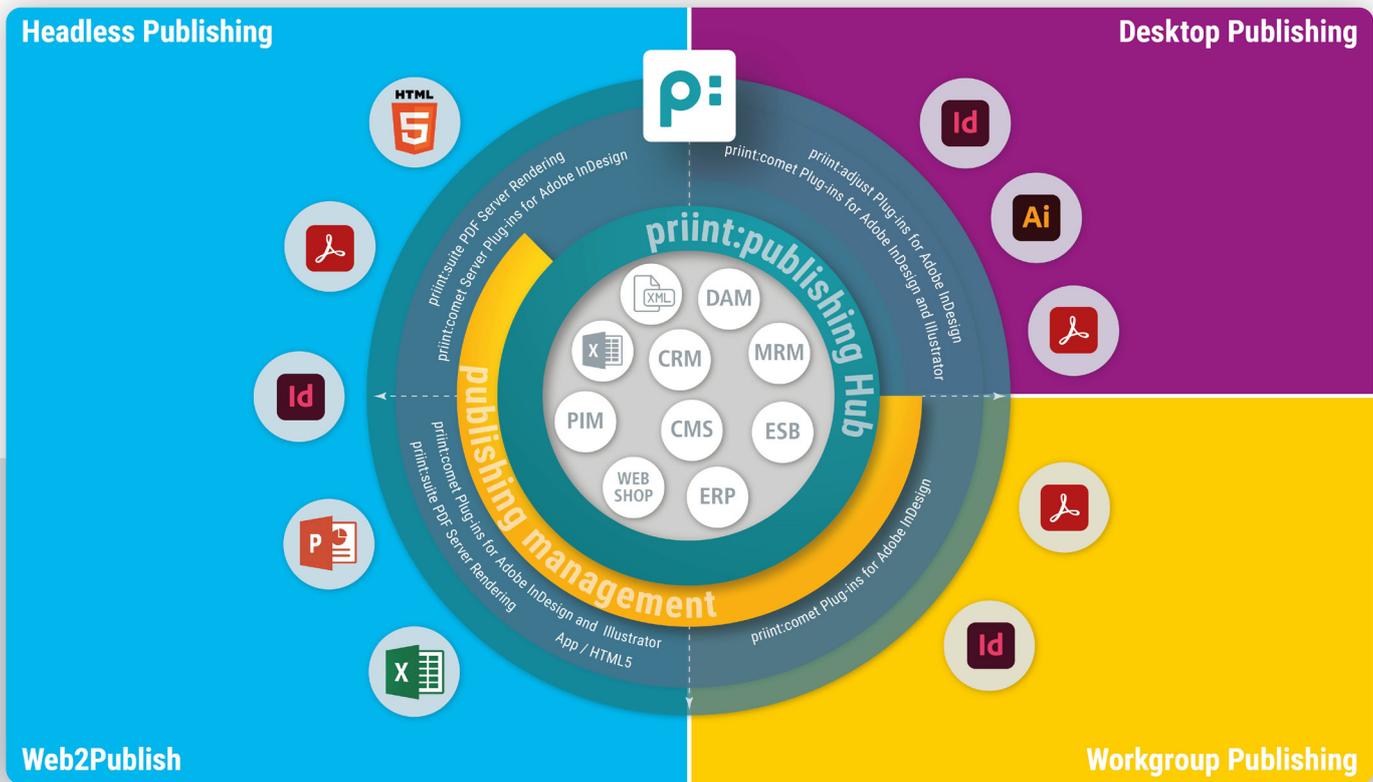


<https://www.priint.com/fr/>



SCANNEZ MOI
PLUS INFOS





print:suite

La solution pour tous les défis du print et marketing



Aujourd'hui plus que jamais, les publications print et autres publications digitales sont essentielles pour rester en contact avec les clients, les collègues, les prospects et le public. C'est pourquoi plus de 500 clients satisfaits et plus de 100 partenaires de solutions font confiance à print:suite pour moderniser, automatiser et simplifier leurs processus de publication numérique et imprimée.



Les plug-ins print:suite pour Adobe® InDesign® et Illustrator® permettent aux entreprises d'intégrer les sources de données les plus diverses (systèmes ERP, PIM, MDM, DAM, CRM, CMS Web-Shops ou MRM), rendant leurs informations utilisables pour tout type de projet de publication.



Les mêmes données et la même flexibilité qui alimentent la communication digitale peuvent être utilisées de manière transparente dans les canaux de publication numérique et imprimée en un seul clic, ce qui garantit un message et une expérience client cohérents sur tous les canaux.



print:suite est modulaire et évolutif, ce qui rend l'automatisation des processus d'impression réussie et rentable pour les organisations de toute taille et la connexion à tous les départements concernés au sein de l'organisation sans effort - vous permettant enfin de réaliser un programme de communication omnicanal véritablement collaboratif.



#NoMoreCopyPaste #print

Plus d'infos?
Contactez-nous!



www.print.com
info@print.com