Columbus®



Lindex innovativa arbete med PIM

Lindex är en av Europas ledande modekedjor, med över 490 butiker på 18 marknader. De senaste åren har präglats av expansion och Maria Skutberg som arbetar med olika utvecklingsprojekt hos Lindex berättar att de fortfarande är inne i en väldigt spännande tillväxtfas.

Lindex sökte verktygen för att driva sin omni-kanalstrategi

– För en tid sedan insåg vi att det var en stor utmaning för oss att kommunicera enhetligt med våra kunder i alla
våra kanaler. Vi hade produkt- och kampanjinformation lagrad på olika ställen, i Word, Excel, PDF och i olika mappar och det var väldigt svårt att hålla koll på allting. Risken för fel och dubbelarbete blev för stor. Att driva vår

omnikanal-strategi krävde en större förändring och vi såg oss om ett efter en ny lösning, säger Maria Skutberg.

Lindex valde att driva projektet i nära samarbete med iStone och bestämde sig för en lösning som är baserad på inRiver PIM.





Marknadsavdelningen applåderar

– Det nya systemet har effektiviserat vårt arbete och förenklat våra processer väldigt mycket. Det blev till och med applåder på marknadsavdelningen vid första utbildningstillfället! De största vinsterna med PIM, enligt Maria:

Alltid rätt produktinformation

Systemet säkerställer att produktinformationen alltid är uppdaterad och tillgänglig för samtliga på marknadsavdelningen. När alla har samma information blir kommunikationen också mer enhetlig ut mot kunderna i alla kanaler.

Smidigt språkhantering

Lindex finns på 18 marknader och
det innebär många språk att hantera. Både produktionsprocessen och översättningsflödet har blivit mycket enklare och vi sparar massor av tid.

översättningsflödet. Vi hanterar alla bilder på ett och samma ställe och vi har en enhetlig namnsättning på bilderna. Det gör allting mycket lättare, både hantering och möjligheten att hitta bilder snabbt har förbättrats.

Enkelt att utveckla med anpassade moduler

Arbetet fortsätter och Lindex har nyligen börjat använda en ny modul i inRiver Med vår integrerade lösning behöver vi inte längre skicka mail till vår översättningsbyrå och det minskar även risken för fel.

Automatiserad bildhantering

Bildhanteringsprocessen har också automatiserats och påminner om

PIM för att hantera kampanjer. Tidigare användes en Excel-lösning, men i takt med att nya marknader och ett ökat antal användare skulle in i planeringsprocessen blev arbetet med kampanjer allt mer tungarbetat.

– Vi ville göra oss med skalbara och kunna expandera till fler länder utan att öka arbetsbördan på planeringsprocessen, säger Maria.





Från produkt till kampanj med PIM Planner

I vanliga fall är det produkterna som är i fokus när man börjar jobba med PIM, men Lindex utgår istället från kampanjer och kopplar ihop dem texter, bilder, promotion och produkterna med all produktinformation som hör till.

– Vi kan ta en jeans-kampanj
som ett exempel: Den centrala marknadsavdelningen skapar kampanjen i planeringsverktyget och kopplar på olika media-kanaler som följer vår plan i; till exempel e-mail, en tv-kampanj, utomhusreklam, sociala medier eller i någon annan media-kanal vi använder oss av. Vi kan också lägga till erbjudanden, som till exempel 20% på jeans under en vecka, säger Maria och fortsätter:

När vi har gjort planen centralt bjuds de andra länderna in och de kan ta ställning till vilka media-kanaler de ska vara med på och om de vill köra vårt föreslagna erbjudande. Systemet gör att vi får en överblick över vilka olika kanaler man använder sig av i de olika länderna

och det underlättar hela arbetet och kommunikationen.

Marias tips till dig som ska imple-mentera ett PIM-system

– Se till att förstå standardlösningen innan ni anpassar systemet. Lägg in riktig data i form av produkter, bilder och aktiviteter i en testversion av systemet och testa det. Det är först när man använder riktig data och gör hela processen som man förstår vad som verkligen behövs.

Jag skulle även tipsa om att ha en person som jobbar full tid med projektet, någon som kan verksamheten och förstår de befintliga processerna och hur de kan förbättras. Då blir det riktigt bra!

Kontakt

Vill du veta mer om hur vi kan hjälpa dig?

info.se@columbusglobal.com

Om Columbus

Columbus är ett globalt IT-tjänstföretag och konsultföretag med mer än 2000 anställda som tjänar 5000 kunder över hela världen. Columbus hjälper ambitiösa företag att omvandla, maximera och säkerställa sina affärer digitalt. Vi är specialiserade inom branschen detaljhandel, distribution, mat och tillverkning. Vi erbjuder en omfattande lösningsportfölj med djup branschkunskap, omfattande teknikkunskap och djup kundinsikt. Columbus har kontor och partners över hela världen och vi kan leverera våra lösningar och tjänster lokalt och globalt. www.columbusglobal.com