

PREFA ottimizza la comunicazione commerciale e marketing



About PREFA

Da oltre 70 anni, PREFA Aluminiumprodukte GmbH si è affermata in tutta Europa come punto di riferimento nello sviluppo, nella produzione e nella commercializzazione di sistemi in alluminio per coperture e facciate. Con sede a Marktl, in Bassa Austria, l'azienda fa parte del gruppo industriale CAG Holding, di proprietà del dott. Cornelius Grupp.

PREFA impiega complessivamente oltre 600 persone in 23 Paesi e produce più di 5.000 prodotti esclusivamente nei suoi due stabilimenti situati in Austria e Germania.

PREFA commercializza i propri prodotti sia attraverso lattonieri specializzati in coperture, architetti e progettisti, sia direttamente ai proprietari di immobili, mettendoli in contatto con artigiani qualificati presenti sul territorio. La comunicazione è pertanto orientata sia al B2B sia al B2C. A tal fine, PREFA utilizza un'ampia gamma di canali, tra cui il proprio sito web, il content marketing, i social media, una piattaforma per i partner, attività di comunicazione PoS e pubblicità su stampa, materiali stampati, oltre a campagne pubblicitarie televisive e radiofoniche.



Dati Principali

Settore: Produttore di sistemi in alluminio per coperture e facciate

Mercato di riferimento: Attivo in 23 Paesi europei

Numero di prodotti: Oltre 5.000 articoli

Tipologia di prodotti: Sistemi in alluminio per coperture e facciate, nonché sistemi di drenaggio

Canali distributive e Marketing:

- Online – website, partner platform, social media
- Offline – magazines, PoS, cataloghi cartacei, listini prezzi, flyers
- Media – Pubblicità TV e radio

Soluzione Centric: Product Experience Management

La Sfida

Negli ultimi anni PREFA ha registrato una crescita costante. I processi e i sistemi aziendali interni, tuttavia, non sempre sono riusciti a tenere il passo con questa evoluzione. In particolare, l'azienda **non disponeva di una fonte centrale affidabile per la gestione dell'ampio patrimonio di informazioni di prodotto e dei materiali di marketing**. Di conseguenza, non era possibile garantire che tutti i **dati**, le **informazioni** aggiuntive e i relativi **asset digitali** fossero **coerenti, trasparenti, facilmente comprensibili e sempre aggiornati**, né che potessero essere utilizzati in modo efficiente su tutti i canali di output. Allo stesso tempo, il mantenimento aggiornato di tutti i canali di comunicazione richiedeva un ingente sforzo manuale, con il rischio concreto di **ostacolare ulteriormente la crescita futura dell'azienda**.

La Situazione

- I diversi reparti lavoravano con sistemi, strutture di archiviazione e formati di file differenti (ad esempio Excel e InDesign); mancava un punto di riferimento centrale per le informazioni di prodotto.
- Non esisteva alcun collegamento tra i dati di prodotto presenti nell'ERP e gli asset digitali gestiti nell'attuale sistema Canto Cumulus DAM. La gestione coordinata delle versioni, delle assegnazioni e delle liste di where-used era di fatto impossibile.
- La presenza di numerosi processi manuali rendeva estremamente onerosa e continua la creazione e la distribuzione di informazioni di prodotto aggiornate e pronte per la pubblicazione sui diversi canali.
- Mancava una coordinazione centrale dei team tramite workflow: i processi di approvazione manuali richiedevano tempi molto lunghi.
- Gli stakeholder interni non avevano accesso a informazioni di prodotto centralizzate e affidabili.

Gli Obiettivi

- Con Centric PXM, doveva essere introdotto un sistema centrale di Product Information Management e Digital Asset Management, in grado di sostituire completamente le archiviazioni dati ridondanti.
- In qualità di single point of truth, il sistema doveva garantire in ogni momento informazioni di prodotto aggiornate, coerenti, affidabili e complete, sia per tutti i touchpoint esterni sia per gli stakeholder interni.
- Workflow centralizzati e un elevato livello di automazione avrebbero dovuto assicurare una collaborazione semplificata, efficiente e affidabile tra tutti i reparti specialistici. Grazie a un'eccellente usabilità, il sistema doveva ottenere un'elevata adozione da parte di tutti gli utenti.
- Le fasi di ampliamento future, come l'integrazione del translation management e la generazione degli output per web e stampa, avrebbero dovuto incrementare ulteriormente l'efficienza operativa, creando così le basi per un'ulteriore crescita aziendale e una percezione del brand coerente.

Perchè Centric PXM ?

- In risposta a una richiesta iniziale, Centric ha predisposto tempestivamente una demo personalizzata utilizzando i dati forniti da PREFA, consentendo al team di visualizzare direttamente le proprie informazioni di prodotto all'interno del sistema PXM.
- Per i team coinvolti, il software PXM è risultato immediatamente intuitivo e altamente convincente in termini di usabilità. Questo rappresenta un fattore chiave per garantire che i collaboratori lavorino in modo efficiente e adottino il sistema con soddisfazione.
- La soluzione cloud offre le condizioni ideali per consentire a tutte le parti di collaborare tramite un sistema centrale, anche a livello internazionale. Inoltre, il sistema PXM può essere scalato e adattato in modo flessibile in parallelo con l'evoluzione del business, senza gravare sulle infrastrutture IT aziendali.
- Il pacchetto complessivo della soluzione, con l'ampiezza funzionale, la flessibilità, la scalabilità e un approccio consulenziale basato su una partnership alla pari, ha rappresentato l'elemento decisivo per la scelta finale.



“Con Centric PXM disponiamo ora di un punto centrale in cui possiamo gestire contemporaneamente i nostri asset media e i dati di prodotto. Questo ci garantisce che tutte le informazioni siano sempre corrette e aggiornate. Possiamo finalmente eliminare i silos informativi che si sono accumulati nel tempo e, come un unico team, rivoluzionare la gestione delle informazioni di prodotto, per poter servire ancora meglio i nostri clienti in futuro.”

Nicolas Nowak, Digitization Marketing Manager

About Centric

Le soluzioni software di Centric consentono a produttori, brand e retailer specializzati di offrire esperienze di prodotto ricche, personalizzate e ad alta capacità di conversione, in grado di migliorare la customer experience, ridurre il time-to-value e aumentare il ROI.

Per maggiori informazioni www.centric.com