



Pierre Gatz, CIO van World Directories: 'Onze technische eisen konden door Adobe worden ingevuld met de bestaande versie van de software.'

600.000 ADVERTENTIES

Het foutloos bevestigen van orders voor advertenties is voor World Directories, uitgever van onder meer de Gouden Gids, een cruciale activiteit. Maar het correct samenvoegen van alle relevante informatie uit verschillende databases, inclusief de afbeeldingen, is arbeidsintensief werk. Met behulp van Adobe-technologie verloopt het samenstellen van de bevestigingsmailing sneller en efficiënter.

World Directories heeft dochterbedrijven in zeven landen, waaronder een Nederlandse BV die de Gouden Gids uitgeeft. Ook in België brengt World Directories de Gouden Gids uit. Wereldwijd bedient het bedrijf ongeveer 600.000 klanten die adverteren in de Gouden Gids en alles wat ermee samenhangt, zoals de Witte Gids, en de Gouden Gids-websites. Naast de standaard-vermeldingen bevatten de pagina's van de Gouden Gids een grote hoeveelheid grafische advertenties van betalende klanten. Die advertenties vallen uiteen in zogenoemde in-column advertising, en de grotere advertenties die door hun formaat buiten de reguliere kolommen vallen. Voor het creëren van die honderdduizenden advertenties wordt al lange tijd gebruik gemaakt van de grafische software van Adobe. Maar sinds kort wordt de techniek van Adobe ook gebruikt om het order- en plaatsingsproces van de advertenties efficiënter te laten verlopen. Om de orders bij een klant te bevestigen moet World Directories zowel voor het boek als de online-variant een fysieke brief sturen. In die brief staan alle details van de order, zoals de manier waarop de klant vermeld staat, maar ook de definitieve versie van de advertentie staat er in. Dit pakket moet de klant

vóór publicatie met een handtekening accorderen.

Pierre Gatz, CIO van World Directories: "Die bevestiging met een handtekening van de order en de advertentie is uitermate belangrijk. We moeten dat accoord hebben voordat we tot publicatie over kunnen gaan." Er zit veel werk in het sturen van een pakket naar de klant om zijn accoord te krijgen.

En dat is een pakket van meer dan één pagina vanwege de grote hoeveelheid data die moet worden gestuurd. Vooral cruciaal is dat de grafische voorstelling van de advertentie die naar de klant wordt gezonden exact hetzelfde is als de versie die wordt geprint, met lettertype, grootte, pixels, kleuren allemaal correct. Gatz: "Anders krijg je achteraf discussie dat de advertentie niet goed is. Dat is dus een belangrijke technische kwestie. Soms worden zelfs volledige pagina's geprint om te laten zien hoe het eindresultaat wordt."

Hard copy

Vooralsnog wordt de mailing nog niet elektronisch, maar in hard copy gestuurd. De achtergrond hiervan is juridisch, technisch zou het geen probleem zijn. Het is belangrijk dat de klant een correcte afbeelding krijgt, en bij een elektronische bevestiging zou er ook aan de kant van de klant wat mis kunnen gaan, als hij bijvoorbeeld een fout maakt bij het printen van de



Snelle en foutloze orderbevestiging na automatische mailmerge bij World Directories



bevestiging.

Het systeem voor het printen en sturen van documenten wordt momenteel in drie locaties gebruikt, onder meer in Nederland. Deze afdelingen gebruiken het om orderbevestigingen te printen en de acceptgiro's naar de klanten te sturen. Die mailing vindt per land op een ander moment plaats, in Nederland bijvoorbeeld volgt de bevestiging direct na het plaatsen van de order. De proeven met het art work worden later gestuurd. In Ierland daarentegen sturen ze pas de bevestiging als ze ook het art work kunnen laten zien. Het grote probleem met het oude systeem is dat World Directories elke keer als er een verandering aan moet worden gebracht in de template de source code ingrijpend moet worden gewijzigd. Dat is een kostbare procedure, die bovendien onnodig tijd kost. Gatz: "We zijn daarom op zoek gegaan naar meer flexibele en efficiëntere software. We kwamen daarbij uit op twee producten die we niet alleen op papier hebben vergeleken, maar ook in een technische demonstratie naast elkaar hebben gezet."

Adobe is daarbij als winnaar uit de bus gekomen. "We kregen prima technische support van Adobe. We hebben geen sales-mensen gezien, alleen technische mensen. De support komt van ontwikkelaars. We hadden

hen onze templates gegeven om de documenten te reproduceren. Dat bleek heel snel te gaan. Adobe had daarvoor een goede template designer. En een voordeel was dat we al producten van Adobe gebruikten. Ook waren ze heel flexibel als er zaken moesten worden veranderd." Een belangrijke overweging was bovendien dat het product al stabiel draait. Gatz: "Onze technische eisen konden door Adobe worden ingevuld met de bestaande versie van de software. Dat is heel belangrijk, omdat sommige vendors soms aankondigen dat er van alles in toekomstige versies komt, maar we wilden niet als testcase voor nieuwe, niet bewezen features fungeren."

Vertraging

Op dit moment is World Directories bezig met de implementatie, die in verschillende fases plaatsvindt. Het systeem moet in september draaien. Gatz: "We verwachten dan een veel snellere proof to printer-time. We hebben ongeveer 250 gebruikers van het systeem, de omvang van het pakket dat naar de klant wordt gestuurd is al snel twintig pagina's. Het is dus een echt operationeel systeem, het management ervan is heel complex. We moeten er voor zorgen dat de juiste gegevens naar de juiste mensen worden gestuurd." Met het nieuwe systeem komt een

einde aan de fouten die tot dan toe steeds werden gemaakt. "De afgelopen twaalf maanden hebben we iedere keer een vertraging gehad als we een document wilden veranderen, en dat is moeilijk te managen. De rate of failure is moeilijk aan te geven, maar ik weet dat we verschillende issues hebben gehad die te maken hebben met het oude systeem. Ik kan zeggen dat er weinig vertrouwen is in het huidige systeem, dat is echt aan het eind van zijn leven. De mate van vertrouwen in het nieuwe platform van Adobe is veel hoger, en de time to print zal extreem snel worden." De huidige time to print heeft er regelmatig toe geleid dat de mensen op operations-niveau vragen om meer printers. "Ik geef er de voorkeur aan om het efficiënter op te lossen met software, in plaats van het aanschaffen van meer printers, want daar komt nooit een einde aan." De investeringen zijn snel terugverdiend. Het huidige systeem kost 8.000 euro per maand aan onderhoud. De veranderingen kosten nog eens 20.000 euro per jaar. Het nieuwe systeem gaat 120.000 euro kosten, de return on investment is binnen acht maanden bereikt. "We verwachten bovendien dat de TCO aanzienlijk lager zal zijn dan het huidige systeem, naast natuurlijk de verbeterde efficiency die we verwachten te krijgen."



<