

PIMCORE[®]

Own the Digital World

Meistern Sie PIM für: Die neue Ära der Verbraucher-Produkt- Interaktion

Leitfaden zum Produktinformationsmanagement für Führungskräfte

Whitepaper



Index

- I. Einführung 3
- II. Auf dem Weg zum vernetzten Produkterlebnis 4
- III. Produktinformationsmanagement 5-7
 - 1. Eine Chance oder eine Notwendigkeit
 - 2. Wie arbeiten Unternehmen ohne eine Produktinformationsmanagement (PIM)-Lösung?
 - 3. Wie kann eine Produktinformationsmanagement-Lösung Unternehmen unterstützen?
- IV. Treibende Kräfte 8-10
 - Was ist bei der Entwicklung einer Strategie für das Produktinformationsmanagement zu beachten?
 - Bewältigung einer nie dagewesenen Flut von Produktdaten
 - Neue Kundenerwartungen verstehen
 - Bessere Produktkenntnisse und -intelligenz
- V. Aktionsplan 11
 - Wie man mit großen Mengen an Produktdaten umgeht, um in der digitalen Welt erfolgreich zu sein
- VI. Implementierung 12-13
 - Auswahl der richtigen PIM-Technologie
- VII. Zukunftsfähigkeit 14
 - Kontinuierliche Verbesserung von Produktinformationen und Insights
- VIII. Fazit 15



I. Einführung

Die Bedeutung von Produktdaten in der heutigen Geschäftswelt wird zunehmend anerkannt, sowohl für operative als auch für analytische Zwecke. Die zunehmende Menge, Vielfalt und Geschwindigkeit von Produktinformationen erfordert jedoch eine intelligentere Überwachung und Verwaltung, um die Qualität, Zuverlässigkeit und Zugänglichkeit der Daten zu verbessern und so eine vernetzte und nahtlose Kundenerfahrung über alle Kanäle hinweg zu ermöglichen. Unternehmen, die ihre Strategie für das Produktinformationsmanagement behutsam erneuern, können ihren eigenen Weg gehen und ungeahnte Geschäftswerte für die Zukunft erschließen.

II. Auf dem Weg zum vernetzten Produkterlebnis

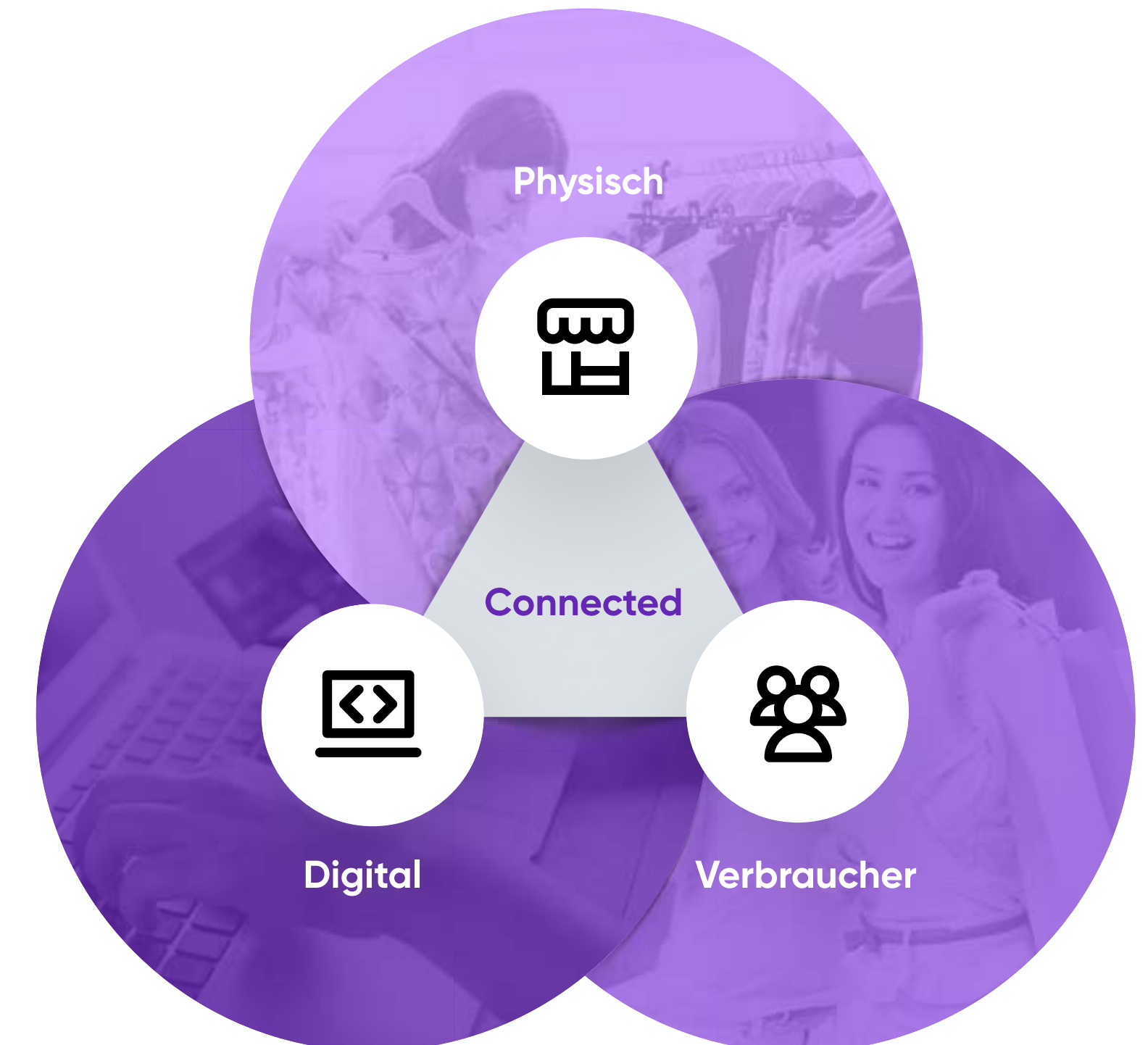
Das Aufkommen digitaler Technologien hat die Struktur der Unternehmen verändert. Technologien, die wir uns vor zwei Jahrzehnten nur vorstellen konnten, sind heute Realität. So sind beispielsweise 100 GB an Daten auf einem 1x1 cm großen Chip Wirklichkeit geworden.

An der Verbraucherfront sind Kunden dank verbraucherorientierter Technologien und der sofortigen Verfügbarkeit von Informationen heute präsenter denn je.

Die Zusammenarbeit und Kommunikation von Maschine zu Maschine, Maschine zu Menschen und Produkt zu Mensch nimmt rasant zu. Unternehmen, die auf diesem Trend folgen, können ungeahnte Möglichkeiten für ihr Geschäft erschließen.

Aber auch die Art und Weise, wie Kunden Produkte suchen, auswählen und kaufen, hat sich verändert. Bessere Angebote, benutzerfreundliche Apps, schnellerer Service und ein besseres Produkterlebnis – alles muss reibungslos funktionieren. Was im Wesentlichen ein nahtloses Erlebnis ermöglicht, ist die Art und Weise, wie der goldene Datensatz der Produkte systemübergreifend verwaltet und integriert wird, und die Fähigkeit, Produktdaten mithilfe von Technologien der nächsten Generation in verwertbare Erkenntnisse umzuwandeln.

Unternehmen testen viele Lösungsansätze, um das Produkterlebnis zu verbessern und die Konversionsrate zu erhöhen. Dabei geht es jedoch um mehr als das traditionelle Erlebnis. Es ist jetzt noch vernetzter und immersiver.



III. Produktinformationsmanagement

1. Eine Chance oder eine Notwendigkeit

Produktinformationen sind eine Chance, einen bleibenden Eindruck bei Käufern zu hinterlassen. Nutzen Sie sie. Greifen Sie zu. Und lassen Sie sie nicht mehr los.

Produktinformationen umfassen im Allgemeinen detaillierte Produktbeschreibungen, Preisangaben, Spezifikationen, Bilder, Videos, Produktverfügbarkeit, verwandte Produkte und vieles mehr. Dabei geht es nicht nur um den definierten Namen und die Attribute eines Produkts, die in einer Datenbank gespeichert sind, sondern sie spielen eine Schlüsselrolle bei der Rationalisierung von Produktdaten für Echtzeitinformationen, aktuelle Kataloge und bidirektionale Kommunikation über mehrere Kanäle gemäß den BI-Regeln und der Compliance eines Unternehmens. Die Produktinformationen müssen also überall vollständig und genau sein. Es hängt deshalb viel davon ab, wie sie verwaltet werden.

Die wachsende Bedeutung von Produktinformationen für den Geschäftserfolg

Laut Gartners Umfrage unter Chief Data Officers ist dies die Herangehensweise, wie sie das Geschäft vorantreiben.

Höchste Erwartungen versus erreichte Erfolge

	Bestplatzierte Erwartungen (Rang 1 bis 3)	Erreichter & nachgewiesener Erfolg
Verbesserte Datenqualität, -zuverlässigkeit und -zugänglichkeit (n = 127)	58%	58%
Verbesserung der analytischen Entscheidungsfindung (n = 105)	44%	50%
Steigerung der internen und/oder operativen Effizienz (n = 79)	36%	49%
Verbesserung der Compliance und des Risikomanagements (n = 79)	32%	52%
Förderung von Geschäfts- oder Produktinnovation (n = 72)	32%	46%
Förderung des Umsatzwachstums (n = 58)	26%	40%
Verbesserung der Agilität der Geschäftsprozesse (n = 50)	16%	54%
Kostensenkung und/oder Margenverbesserung (n = 44)	15%	57%
Kundenbeziehungen und/oder Service verbessern (n = 44)	15%	48%
Externe Überwachung von Informationsbeständen (n = 29)	13%	38%
Verkürzung der Produkteinführungszeit (n = 30)	9%	50%
Verbesserung der Beziehungen zu Zulieferern oder Partnern (n = 10)	-	-

Welches sind die wichtigsten Geschäftserwartungen des CDO-Büros? (Rangfolge der fünf wichtigsten) Welche Programme hat das Büro des CDO durchgeführt, um diese wichtigsten Geschäftserwartungen zu erfüllen?

III. Produktinformationsmanagement

2. Wie arbeiten Unternehmen ohne eine Produktinformationsmanagement (PIM)-Lösung?

Das Produktinformationsmanagement spielt eine immer größere Rolle, obwohl es Anwendungen wie ERPs, CRMs, Handelssysteme, Asset Management oder Content Management Systeme gibt.

Der Grund: Herkömmliche Ansätze zur Verwaltung und gemeinsamen Nutzung von Produktinformationen über Geschäftsanwendungen und Unternehmensressourcen hinweg erweisen sich als unflexibel, zeitaufwändig und sogar kostspielig.

Außerdem fehlt es ihnen an Flexibilität und Robustheit bei der effizienten Verwaltung von Produktdaten, um sich an die kundenorientierte Realität des digitalen Zeitalters anzupassen. Das Wachstum von Lösungen für das Produktinformationsmanagement ist keine Modeerscheinung, sondern wird zu einer schieren Notwendigkeit.

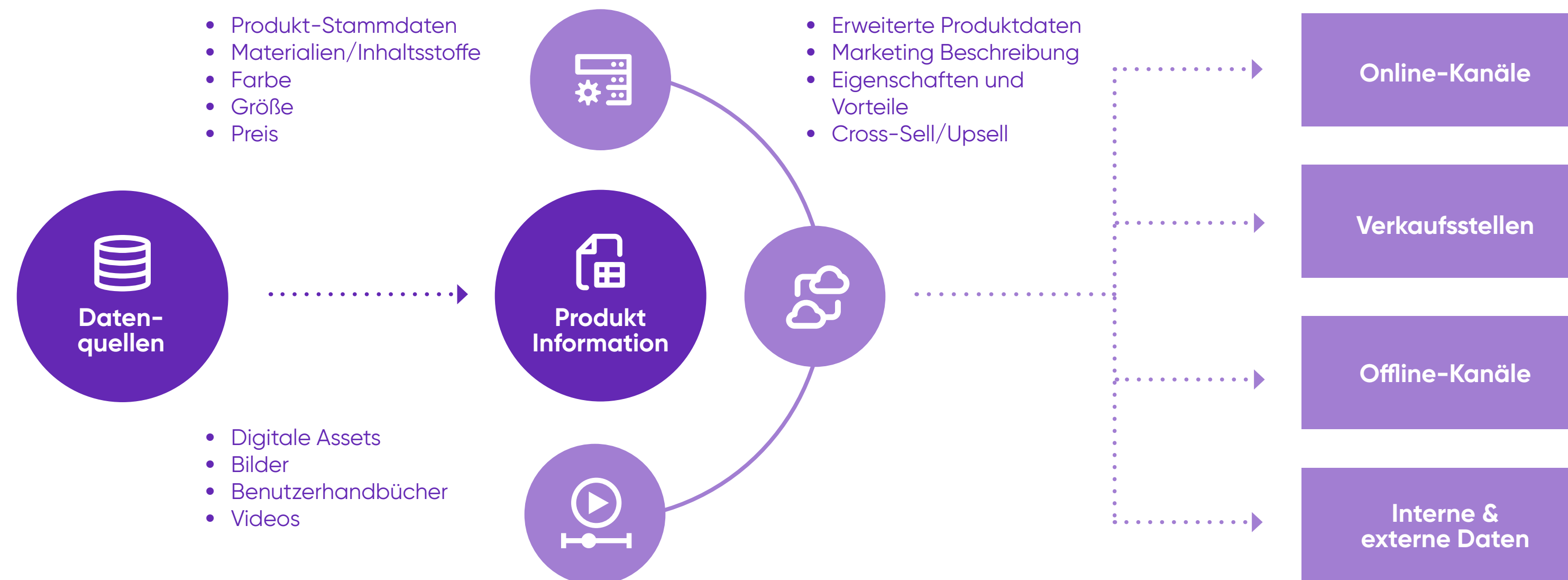


III. Produktinformationsmanagement

3. Wie kann eine Produktinformationsmanagement-Lösung Unternehmen unterstützen?

Die Aufgabe einer Produktinformationsmanagement-Lösung besteht darin, eine vertrauenswürdige zentrale Quelle für Produktinformationen zu schaffen, die über mehrere Kanäle angezeigt werden können. Sie erleichtert den Umgang mit eingehenden, ausgehenden und abteilungsübergreifenden Produktinformationen, SKUs, UPCs, technischen Spezifikationen, digitalen Assets, Marketingdaten, kanalspezifischen Informationen, lokalisierten oder mehrsprachigen Informationen sowie Lieferanten- und Herstellerdaten.

Eine robuste Produktinformationsmanagement-Lösung ist von entscheidender Bedeutung, wenn mehr Quellen von Produktinformationen für mehrere Kanäle und Regionen integriert und effizient verwaltet werden müssen. Neben der zentralen Verwaltung von Produktdaten trägt sie dazu bei, Datensilos und Redundanzen zu reduzieren, die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und Prüfprozesse zu verbessern, die operative Leistung zu steigern, die Marketingintelligenz zu erhöhen und personalisierte Produktempfehlungen zu geben. Der aktuelle Trend zeigt, dass sich das Produktinformationsmanagement schnell weiterentwickelt. Das Stammdatenmanagement von Produktinformationen wird zu einem wichtigen Bestandteil der gesamten Datenmanagementstrategie eines Unternehmens.



IV. Treibende Kräfte

Was ist bei der Entwicklung einer Strategie für das Produktinformationsmanagement zu beachten?

Sicherlich haben die digitalen Möglichkeiten die Kluft zwischen Unternehmen und Verbrauchern verringert, indem neue Plattformen und Kanäle entstanden sind. Gleichzeitig sind aber auch neue Herausforderungen entstanden. Das gilt auch für das Umfeld der Produktdaten. Hier sind die Gründe:

Bewältigung einer nie dagewesenen Flut von Produktdaten

Jeden Tag müssen Unternehmen ihre bestehenden neue Produkte schneller über alle Kanäle und Geräte auf den Markt bringen. Diese explodierende Menge und Geschwindigkeit von Produktdaten erfordert eine flexible und skalierbare PIM-Lösung, die Ihnen dabei helfen kann:

- Workflow-Management, kontextbezogenes Informationsmanagement und überzeugendes Content-Management
- Datenmodellierung und Management der Import-/Exportkomplexität
- Reduzierung ungenauer Produktdaten und falscher Verfügbarkeitsinformationen
- Verbesserung von Data Governance, Datenqualität, Genauigkeit, Compliance und Sicherheit
- Reduzierung der Komplexität von Plattformen für unterschiedliche Datenquellen
- Senkung der Kosten für übergreifende technische Fähigkeiten zur Integration und Verwaltung des gesamten Produktinformationsmanagement-Ökosystems

Die Zunahme des Datenvolumens, der Datenvielfalt und der Datengeschwindigkeit bedeutet, dass Daten- und Analyseverantwortliche nach modernen Datenqualitätswerkzeugen mit fortgeschrittenen Analysen, intelligenten Funktionen, vielfältigen Einsatzmöglichkeiten und alternativen Preismodellen suchen müssen.
– Gartner

Risiken nicht gepflegter Produktdaten



Komplexität: Wachsende Produktinformationssilos und sinkende Datenqualität



Kosten: Höhere Betriebskosten



Wert: Geringeres Markenvertrauen

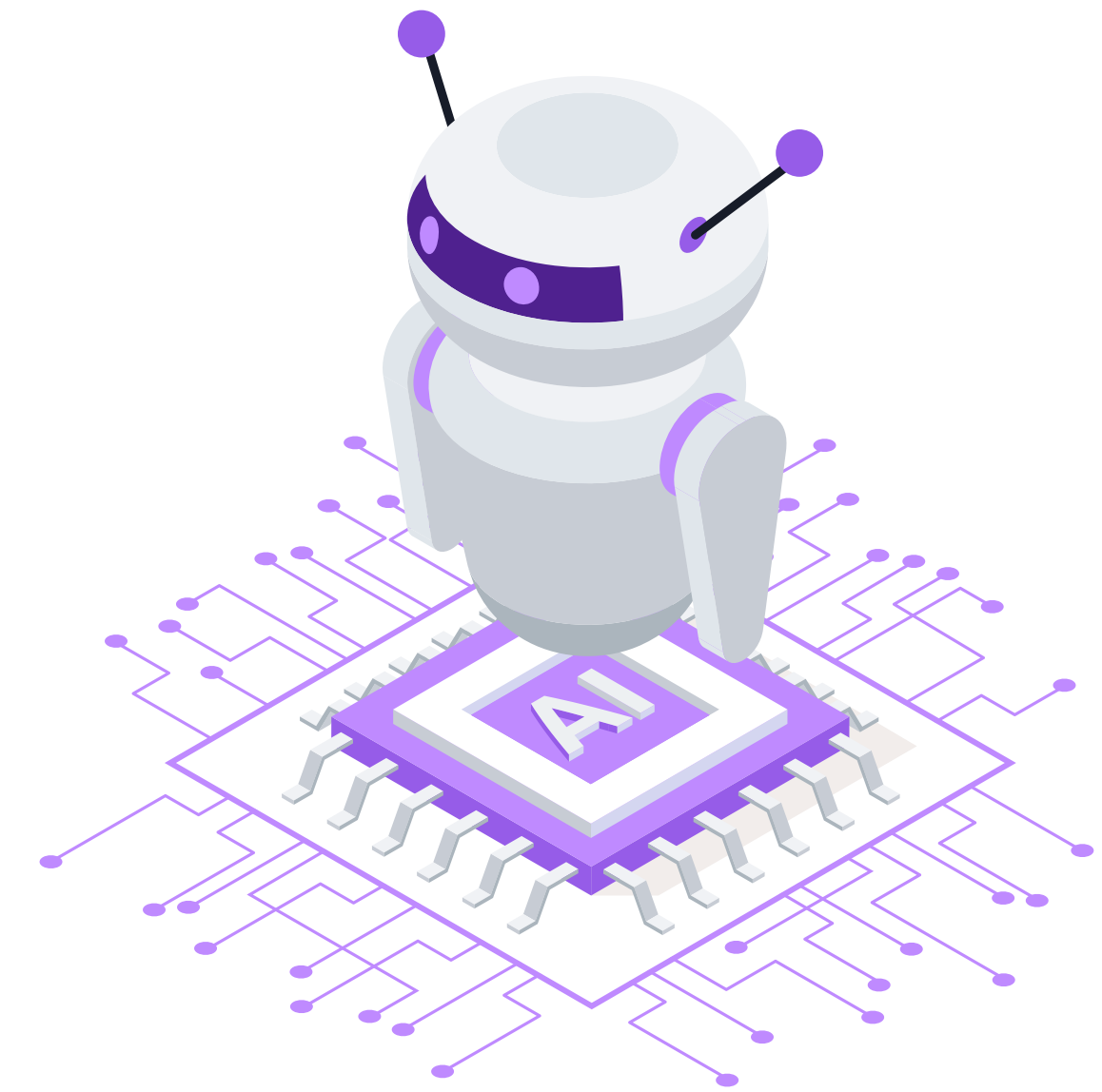


IV. Treibende Kräfte

Neue Kundenerwartungen verstehen

Die Kundenerwartungen waren noch nie so hoch wie heute. Mit KI-Technologien wie Amazon Alexa, Okay Google, Siri und virtuellen Assistenten/Chatbots hat die Produkterkundung die nächste Stufe erreicht. Um den neuesten Kundenerwartungen gerecht zu werden, ist die Rolle eines robusten PIM-Systems von entscheidender Bedeutung:

- Verbesserung der Qualität und Zuverlässigkeit von Produktdaten für eine bessere Auffindbarkeit und ein besseres Kundenerlebnis über mehrere Kanäle hinweg
- gut formatierte Produktinformationen zu erstellen, um die Produktsuche über eine rein sprachgesteuerte VA-Schnittstelle zu erleichtern
- den Prozess der Konvertierung von Produktinformationen in das gewünschte Format für Hersteller, Distributoren und Einzelhändler zu automatisieren
- die Zeit bis zur Markteinführung von Produkten oder Angeboten zu verkürzen, um höhere Umsätze und Wettbewerbsvorteile zu erzielen



Risiken der Nichterfüllung neuer Kundenerwartungen



Komplexität: Weniger Möglichkeiten, Produkte über verschiedene Kanäle sichtbar und verkaufbar zu machen



Kosten: Höhere Kosten für die Kundengewinnung



Wert: Geringere Kundenzufriedenheit

IV. Treibende Kräfte

Bessere Produktkenntnisse und -intelligenz

Der Bedarf an Produktdaten wächst exponentiell mit KI, IoT und Conversational Commerce, die zunehmend genutzt werden, um neue und mehr Produkte zu verkaufen. Es besteht ein wachsender Bedarf, Produktdaten von funktionsbasierten in intentionsbasierte Informationen umzuwandeln, um innovative und vernetzte Kundenerfahrungen zu ermöglichen:

- Schaffung personalisierter und dialogorientierter Echtzeit-Erlebnisse in großem Maßstab
- Verbesserung der Produktdatenintelligenz für intelligenteres Marketing
- Steigerung des Multichannel-Verkaufs (online zu offline und umgekehrt) und des Omnichannel-Verkaufs
- Verbesserung der Reaktionsfähigkeit und Einführung neuer Produkte bei gleichzeitiger Kostensenkung
- Steigerung der PIM-Effizienz für schnellere und präzisere Entscheidungen
- Bieten Sie ein nahtloses Markenerlebnis über alle Touchpoints hinweg



Risiken mangelhafter Produktinformationen



Komplexität: Größere Schwierigkeiten bei der Erschließung neuer Märkte



Kosten: Höhere Kosten für Expansion und Markteinführungsstrategie (RTM)



Wert: Verpasste Chancen bei der Schaffung von Markenwertinnovationen

V. Aktionsplan

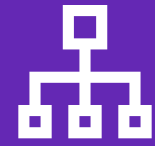
Wie man mit großen Mengen an Produktdaten umgeht, um in der digitalen Welt erfolgreich zu sein

Produktdaten durchlaufen in der Regel alle Fachbereiche wie ERP, Merchandising-System, Point-of-Sale, Lager, Customer Care Center, E-Commerce, Produktkataloge, On- und Offline-Geschäfte, Cross-Channel-Operationen, Franchises, Partner, Lieferanten und Zulieferer. Sie muss daher ständig aktualisiert werden. Angesichts der explosionsartigen Zunahme der Kanäle und der vielfältigen Anforderungen an Produktinformationen ist eine solide Grundlage für ein qualitativ hochwertiges Produktinformationsmanagement von entscheidender Bedeutung.

Hier kommt eine solide PIM-Strategie ins Spiel, um die Einführung neuer Produkte zu erleichtern, die Standards für den Kundenservice aufrechtzuerhalten und gleichzeitig die steigende Nachfrage und die Erwartungen der digital versierten Kunden zu erfüllen.

Nachstehend erfahren Sie, wie Sie das Produktinformationsmanagement angesichts der zunehmenden Vielfalt und Menge an Produktdaten verbessern können. Entwickeln Sie eine End-to-End-Strategie für das Produktinformationsmanagement unter Berücksichtigung der Geschäftsstrategie, der Vision und der KPIs Ihres Unternehmens.

Konsolidierung



Verschaffen Sie sich einen Überblick über Ihre Produkte

Automatisieren




Automatisieren Sie die Erstellung eindeutiger Produktinformationen, indem Sie Stammdaten als Quelle verwenden

Verwaltung

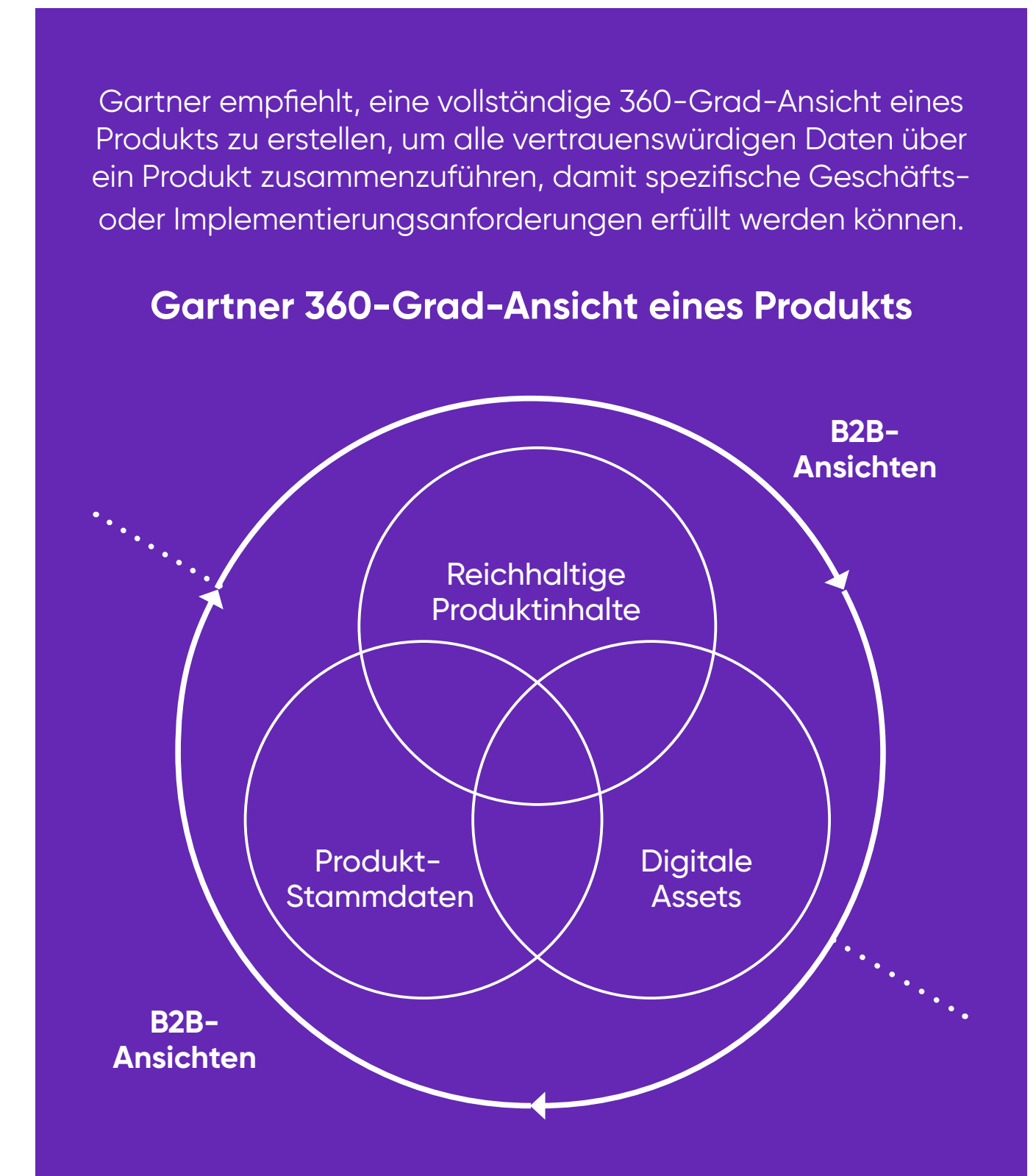


Implementierung von Produktinformations-Governance, Datenmanagement und Qualitätsprozessen

Erkenntnisse



Verwandeln Sie Produktdaten in umsetzbare Erkenntnisse, um die Erfahrungen der Endnutzer zu verbessern



VI. Implementierung

Auswahl der richtigen PIM-Technologie

Bei der Entscheidung über den Kauf und die Implementierung einer PIM-Lösung müssen viele Überlegungen angestellt werden. Die PIM-Implementierung ist technischer Natur und kann daher komplex, zeitaufwändig und sogar kostspielig sein. Daher ist es wichtig, dass sie korrekt, präzise und effizient durchgeführt wird, ohne dass es zu Verzögerungen kommt.

Da die Komplexität und Vielfalt bei der Pflege und Verwaltung von Produktdaten zunimmt, bevorzugen Unternehmen PIM-Implementierungen, um ihre Produktstammdaten zu konsolidieren.

Mit PIM-Lösungen können Unternehmen auf einfache Weise ihre Vorlaufkosten minimieren, die Datenqualität verwalten, ihren Return on Investment (ROI) erhöhen und ihren Kundenstamm erweitern. Darüber hinaus bieten sie Flexibilität und Freiheit bei der Nutzung, wenn die Geschäftsanforderungen wachsen. Open-Source-PIM-Lösungen sind proprietären Lösungen aufgrund ihrer Flexibilität weit überlegen, offenen Architektur, Innovation, schnellerer Markteinführung und geringeren Implementierungskosten.

Unternehmen können ein PIM-System anhand der folgenden Kriterien evaluieren und implementieren:

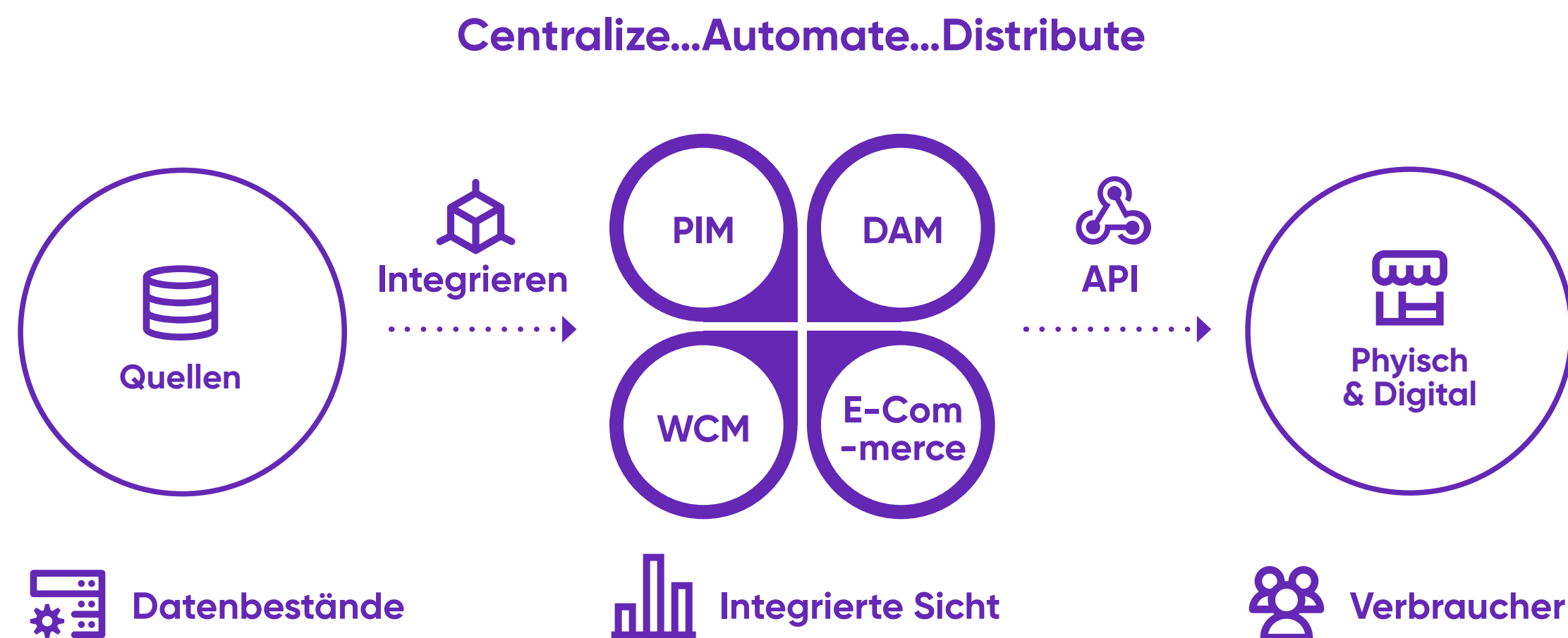
- Management des Wachstums und der Betriebskosten mehrerer Produktdatenquellen
- Unterstützung einer schnellen SKU-Einführung durch die Nutzung einer zuverlässigen Quelle für Produktinhalte für jedes Ihrer Produkte (nahtloser Datenexport und -import).
- Flexible Architektur für die Integration von Technologien der nächsten Generation
- Höhere Leistung für steigende Arbeitslasten
- Schnelle weltweite Bereitstellung und Skalierbarkeit
- Schnellere Akzeptanz in den Abteilungen
- Senkung der Gesamtkosten für das Produktdatenmanagement

VI. Implementierung

Auswahl der richtigen PIM-Technologie

Eine integrierte Strategie für das Produktinformationsmanagement ist heute essenziell, um eine höhere betriebliche Effizienz, die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, eine 360-Grad-Sicht auf die Produktdaten, die automatisierte Darstellung von Produkten in verschiedenen Kanälen, Cross-Selling/Up-Selling und ein insgesamt verbessertes Produkterlebnis zu ermöglichen.

Abhängig von der Komplexität und Robustheit der Produktinformationsanforderungen Ihres Unternehmens kann die integrierte Produktdaten-Wertschöpfungskette mehrere technologische Fähigkeiten und Plattformen wie MDM, PIM, DAM, WCM und E-Commerce-Suiten mit unterschiedlichen Integrationsgraden umfassen.



Vorteile für Unternehmen

- Förderung des Omnichannel-Vertriebs
- Produktivität steigern
- Innovationen einführen
- Nahtlose Kundenerfahrung
- Marktreichweite erhöhen

IT-Vorteile

- Rationalisierte Prozesse
- Vereinfachtes Ökosystem
- Schnellere Markteinführung
- Cloudifizierung
- Niedrigere TCO

Kriterien für die Auswahl einer PIM-Plattform



PIM-Technologie: Open-Source (offene Architektur und keine Lizenzkosten) oder proprietär (Herstellerbindung und Lizenzkosten)



PIM-Softwaretyp: Single-Domain (enthält in der Regel vordefinierte Datenmodelle für Kunden- oder Produktdomänen) und Multi-Domain (bietet eine Lösung für praktisch alle Komplexitäten von Single-Domain-Lösungen)



PIM-Implementierungsmodelle: Cloud, On-Premise und SaaS



PIM-Servicetypen: Beratung und Systemintegration sowie Schulung, Support und Wartung



PIM-Integration: Flexibilität bei der Integration mit Technologien der nächsten Generation

VII. Zukunftsfähigkeit

Kontinuierliche Verbesserung von Produktinformationen und Insights

Mit der Implementierung einer PIM-Lösung ist es jedoch nicht getan. Das PIM-Ökosystem entwickelt sich ständig mit neuen technologischen Innovationen weiter, da Anwendungen der nächsten Generation und Verbrauchertechnologien entstehen, die eine stärkere Einbindung von Unternehmen und Endverbrauchern ermöglichen.

Es gibt einen Zustrom von PIM-Anbietern, die zunehmend in die Entwicklung der technologischen Infrastruktur investieren, um einen reibungslosen Betrieb für Endnutzer auf der ganzen Welt zu ermöglichen.

Der globale Markt für Produktinformationsmanagement (PIM) wird bis 2029 voraussichtlich auf Mrd. 12,91 USD anwachsen und in diesem Prognosezeitraum eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von **23,1%** aufweisen.

In Zukunft wird der Hauptfokus auf der kontinuierlichen Verbesserung von Produktinformationsintelligenz und -einblicken liegen. Und die Bereitstellung von intelligenter Intelligenz, um durch die Integration von Internet der Dinge (IoT), künstlicher Intelligenz (KI), maschinellem Lernen (ML) und Blockchain schnelle, zuverlässige Einblicke und eine bessere Entscheidungsfindung zu ermöglichen.

Laut Gartner sind die wichtigsten aufstrebenden Bereiche im PIM:

Product Experience Management (PxM) erweitert PIM-Lösungen um eine oder mehrere der folgenden Funktionen:



Analyse von Produktinhalten:

Analysieren Sie Ihre Produktinhalte, um mehr potenzielle Käufer zu erreichen



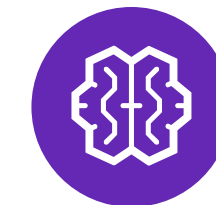
Kontextualisierung:

Setzen Sie Ihre Produktinformationen in den richtigen Kontext für Ihre Kunden, um die Produktsuche zu verbessern und den Umsatz zu steigern



Personalisierung:

Verbessern Sie die personalisierte Kundenerfahrung für eine höhere Kundenzufriedenheit



Automatisierung und Optimierung durch ML/AI:

Erhöhen Sie die Datenqualität, Zuverlässigkeit und Zugänglichkeit von Produktinformationen für einen positiven Geschäftseffekt

Der Einsatz von Produkt-Content-Analytik, KI/ML und anderen Tools zur Personalisierung und Kontextualisierung wird dazu beitragen, automatisch und über alle Kanäle und Plattformen hinweg eindrucksvolle Produktinformationen bereitzustellen.

Chatbots, virtuelle Assistenten (VAs) und Konversationsplattformen ermöglichen es Unternehmen, die Interaktion mit ihren Kunden zu vertiefenden Gesprächen weiterzuentwickeln, die zu völlig neuen Erfahrungen führen.



VIII. Fazit

Die steigende Nachfrage nach operativer Exzellenz, Datenqualität, Compliance sowie dialogorientierten und vernetzten Produkterlebnissen treibt den PIM-Markt an. In Zukunft wird PIM-Software eine immer wichtigere Rolle spielen, wenn es darum geht, die perfekte Produktstory für einen multimedialen Mix aus Kundenkontaktpunkten zu entwickeln, tiefere Einblicke in die Produktleistung zu gewinnen und gleichzeitig die unterschiedlichen Produktinformationsvorschriften und Gesetze in den verschiedenen Regionen und Branchen zu verwalten.

Aber wie können Unternehmen PIM-Systeme nutzen, die die Anforderungen der Kunden erfüllen?

Die Frage ist, wie Unternehmen PIM-Systeme der nächsten Generation nutzen können, und wie das Unternehmen Innovationen in großem Maßstab umsetzen kann, um neue Perspektiven zu schaffen und das Wachstum zu steigern. Hier setzen sie an, um die zukünftige PIM-Strategie intensiv zu erforschen. Derzeit befinden wir uns an einem wichtigen Wendepunkt im PIM-Ökosystem, um eine neue digitale Zukunft für uns zu entwerfen.

Awards & Auszeichnungen



★★★★★
4.4 von 5



★★★★★
4.9 von 5



★★★★★
5 von 5



Cool Vendor
für PIM & E-Commerce



MarketScape PIM
für Commerce 2019-2020



PIM Vendor Landscape,
Now Tech Report: Digital
Experience Platforms

ÜBER PIMCORE

- **gegründet 2013**
- **150+ Solution Partners**
u. a. Infosys, Arvato Systems sowie
zahlreiche Digitalagenturen und
Systemintegratoren
- **110.000 Unternehmenskunden**
wie Audi, Pepsi, Dr. Oetker, Yamaha

KONTAKTIEREN SIE UNS

Pimcore GmbH

Söllheimerstraße 16
Salzburg, Austria
+43 662 230991
info@pimcore.com

pimcore.com

PIMCORE®

Own the Digital World

