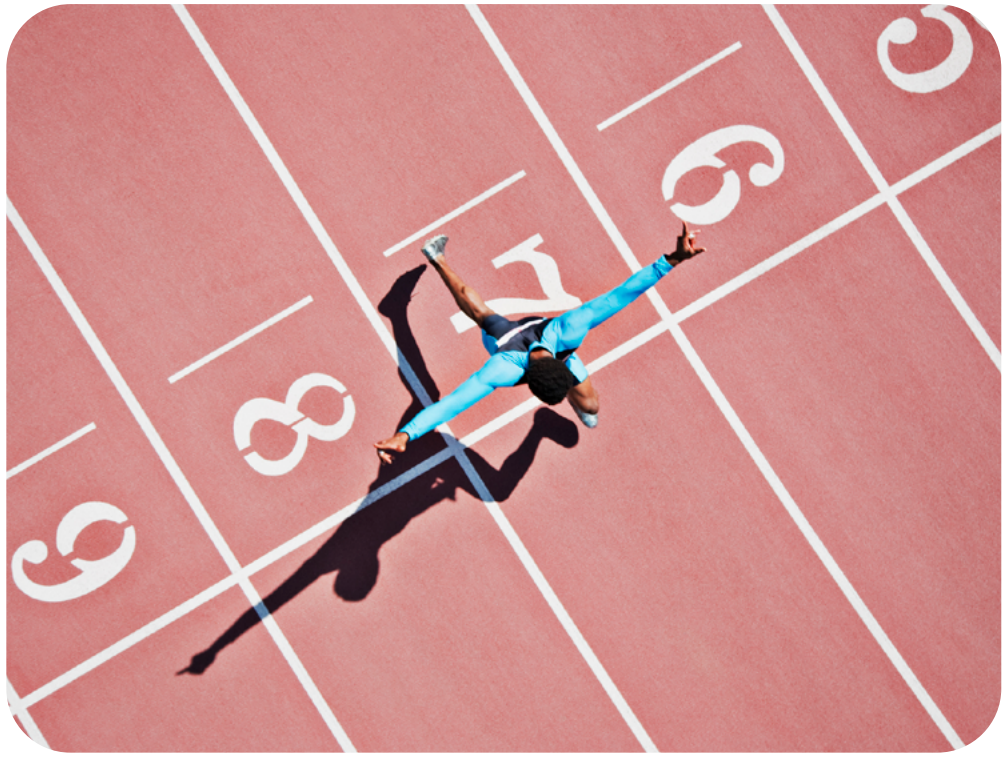
contentserv

PIM der nächsten Generation

Vom Product Information Management zum modernen Product Experience Management

Eine neue Generation



Gehörten Babyboomer und Generation X bisher zur kaufkräftigsten Kundengruppe, werden zukünftig Millennials und Generation Z den Hauptanteil der Konsumenten ausmachen. Diese neuen Käufergruppen sind mit digitalen Technologien großgeworden, und um diese zu gewinnen, bedarf es auch einer neuen Generation von Technologien.

Was bedeutet das für Unternehmen? Eine Umfrage des Marktforschungsunternehmens Dynata im Auftrag des Fintechs Klarna hat je 1.000 Konsumenten aus Deutschland, Frankreich, Schweden, UK und den USA befragt.

56 %

wollen, dass das Einkaufserlebnis in Zukunft stärker personalisiert wird.

50 %

möchten zukünftig lieber in virtuellen Umgebungen als in echten Geschäften einkaufen.

23 %

glauben, dass ihr persönlicher Robot/KI-Assistent Ihnen künftig passgenaue Produkte empfehlen wird.

*In diesem eBook wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Jegliche Geschlechteridentitäten sind damit ausdrücklich eingeschlossen, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

Eine neue Einkaufswirklichkeit

Bereits jetzt sind Trends wie AR (Augmented Reality) und Social Shopping per Shoppable Content **Teil der neuen Einkaufswirklichkeit**. So lässt sich z.B. der neue Wohlfühlsessel virtuell im eigenen Wohnzimmer ausprobieren und die passende coole Stehlampe ist über Instagram und TikTok nur einen bequemen Klick vom Kauf entfernt ist. Umständliches im Shop auf und ab recherchieren, einzeln in den Warenkorb legen und wohlmöglich den Kaufprozess abbrechen, um nach weiteren Produkten zu suchen, gehört so vielfach schon der Vergangenheit an.

Glücklich ist, wem passend **zu gewählten Produkten sinnvolle Ergänzungen, Alternativen und Empfehlungen vorgeschlagen werden**. Für all das muss innovative Technologie Teil der Geschäftsprozesse sein und im Mindset von Herstellern und Händlern verankert sein. Denn sie prägt die Einkaufserwartungen der kaufkräftigen Generation von morgen.

Inhalt

Quo vadis, Digitalisierung?	6
Was ist PIM?	9
Product Experience Management (PXM) – die nächste Generation von PIM	15
Praxisblick: NextGen-PIM im Einsatz	24
Wie finden Sie den richtigen Anbieter?	31
Fazit: Zeit für den Generationswechsel	34
Von PIM zu Product Experience Management	35
Digitaler Erfolg mit dem besten PIM-System von Contentserv	36
Sprechen Sie jetzt mit uns!	38

Das ist in diesem eBook für Sie drin:

- Zahlen, Daten, Fakten rund um das Kauferlebnis der nächsten Generation
- Wertvolles Wissen rund um PIM-Systeme
- Best Practices und hilfreiche Tipps für die Umsetzung
- Einsatzszenarien und Beispiele aus der Praxis
- Eine hilfreiche Checkliste für die Tool-Auswahl

Quo vadis, Digitalisierung?

Um den Bedürfnissen der Verbraucher gerecht zu werden, müssen sich Unternehmen dem digitalen Wandel stellen. Dabei geht es nicht nur um technologische Anpassungen und Offenheit für innovative KI-Anwendungen, sondern auch um eine Bewusstseinsänderung innerhalb der Unternehmen.

Status quo und Trend der Digitalisierung

Laut der Studie „Digital Business Study“ des IDG-Unternehmens Foundry von 2023 hat **mehr als Hälfte der Firmen bereits eine Digital-First-Strategie** eingeführt, gut ein weiteres Drittel plant es. Denn aufgrund von volatilen Märkten, Fachkräftemangel und hybriden Arbeitskonzepten müssen Unternehmen ihre Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsketten umstellen.

Die digitale Transformation im Business soll Prozesse effizienter und profitabler, aber auch intelligenter und flexibler machen. So können sich Betriebe schneller und besser an die Bedürfnisse der Konsumenten und an die veränderten Marktanforderungen anpassen.

Möchten Sie alle drei strategischen Zielstellungen in die Praxis umsetzen, müssen Sie sich zuallererst mit Ihren Daten auseinandersetzen. Für die insgesamt 93 % der Unternehmen, die laut der Foundry-Studie den Weg der digitalen Transformation beschreiten wollen, ist ein optimiertes Datenmanagement der beste Ausgangspunkt.

57 %

verfolgen digitale Strategien, um die Produktivität und die Zusammenarbeit der Mitarbeiter zu verbessern.

50 %

tun dies, um Kosten und Ineffizienzen zu reduzieren.

45 %

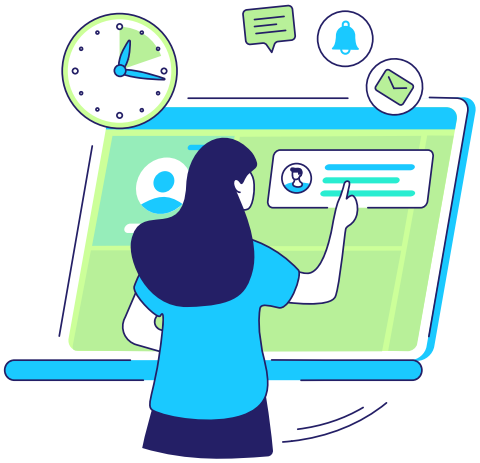
erwarten, dass die digitale Transformation bessere Kundenerlebnisse schafft, damit Unternehmen mit den Erwartungen der Verbraucher Schritt halten können.

Digitale Transformation startet bei den Produktdaten

Sind Unternehmen erst einmal in der Lage, ihre Daten konsistent und fehlerfrei zu verwalten und zu steuern, basieren alle weiteren Schritte auf einem soliden Fundament.

Dreh- und Angelpunkt für den Geschäftserfolg sind neben den Kundendaten also vor allem die Produktinformationen. Sie gilt es, mithilfe eines geeigneten PIM-Systems optimal zu managen.

Was zeichnet ein solches System aus, wer sollte es einsetzen und wie sieht die nächste Generation des Produktdaten-Managements aus?



- Automatisierte Abläufe beschleunigen und vereinfachen das Zusammenführen, Anreichern und Bereitstellen von Daten.
- Zentraler Zugriff erleichtert die Zusammenarbeit und den internen wie externen Informationsaustausch.
- Eine „Single Source of Truth" gewährleistet einen wirksamen, einheitlichen Markenauftritt auf allen Kanälen.
- Detailliertes Wissen über die Produktperformance erlaubt eine flexible Reaktion auf Marktentwicklungen und Verbraucherwünsche.
- Personalisierte Informationen im richtigen Kontext und zum richtigen Zeitpunkt ermöglichen ein optimale Kundenansprache.

Was ist PIM?

Product Information Management (PIM) beschreibt die Verwaltung und Bereitstellung von Produktinformationen jeglicher Art. Ein PIM-System unterstützt diesen Prozess auf technologischer Ebene und ermöglicht die Standardisierung und Automatisierung aller produktnahen Vorgänge im Unternehmen.

Ein PIM-System ist eine Software, mit der Unternehmen Produktdaten effizient verwalten, organisieren und publizieren.
Es dient als zentrale Datenquelle für alle relevanten Informationen zur Produktvermarktung:

- Produktbeschreibungen
- technische Spezifikationen
- Bilder
- Videos
- Preise etc.

Ein PIM-System gestattet eine einheitliche und konsistente Darstellung dieser Daten, ob im Online-Verkauf, in Marketing-kampagnen, Katalogen oder bei Handelspartnern. Zudem hilft ein PIM-System Unternehmen dabei,

- die Hoheit über ihre Produktdaten zu erhalten,
- die Time-to-Market zu verkürzen,
- die Produktkommunikation zu verbessern sowie
- ein konsistentes Produkterlebnis über alle Kanäle und Touchpoints hinweg zu bieten.

PIM ist ein wichtiges Werkzeug, um den wachsenden Anforderungen des digitalen Handels und der Omnichannel-Kundenkommunikation gerecht zu werden.

Lese-Tipp

Ob Ihr **Product Information Management** schon für die Anforderungen der Zukunft aufgestellt ist, verrät Ihnen diese Checkliste.

Jetzt downloaden

Was leistet ein PIM-System?

Konsolidieren

Produktinformationen aus mehreren Systemen und Quellen sowie in verschiedenen Formaten lassen sich durch Datenimporte bequem, sauber und sicher an einem zentralen Ort zu einer „Single Source of Product Truth" zusammenführen.

Validieren

Produktdaten treffen in der Regel unstrukturiert und in unterschiedlicher Qualität ein. Ein PIM-System unterstützt die Überprüfung, Standardisierung, Präzisierung und Klassifizierung der Daten hin zu verlässlichen Informationen für Kunden.

Managen

Standardisierte und automatisierte Workflows machen aus der Produktdatenpflege einen effizienten Prozess. So lassen sich Daten managen, anreichern, lokalisieren und veröffentlichen – und zwar ebenso flexibel wie kontrolliert.

Publizieren

Ein PIM-System bringt die relevanten Daten kanalspezifisch zusammen. Dadurch sind akkurate, vollständige, konsistente und aktuelle Produktinhalte gewährleistet – zu jeder Zeit und über alle Online- wie Offline-Kanäle hinweg.

PIM-Systeme – für wen, warum und wofür?

Ein PIM-System ist nicht nur ein Werkzeug für die Verwaltung von Produktinformationen. Es ist für Hersteller und Händler, sowohl im B2B (Business-to-Business, Verkauf von Produkten und Services an ein Unternehmen) als auch im B2C (Business-to-Consumer, Verkauf an den Endverbraucher) gleichermaßen eine wertvolle Unterstützung in Bezug auf den Geschäftserfolg – auch wenn diese mit unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert sind.

PIM für Hersteller

Hersteller, Lieferanten und Markenanbieter müssen zahlreichen Handelspartnern große Mengen an Produktinformationen und digitalen Assets zur Verfügung stellen – im gewünschten Format und wann immer erforderlich. Das bedeutet für die Hersteller, dass auch sie verbraucherorientierten Produkt-Content erstellen, pflegen und bereitstellen, und zwar entlang der gesamten Customer Journey. Denn das Produkterlebnis ist ein zentraler Erfolgsfaktor in allen Branchen.

Mit dem Aufkommen neuer Vertriebskonzepte wie Direct-to-Consumer wollen Hersteller die Kontrolle über ihre Marken und ihre Botschaften zurückgewinnen. Zugleich müssen sie sich den ständig wechselnden Marktanforderungen anpassen, Lokalisierungen umsetzen und Standards für Klassifizierungen wie ETIM, GS1 & Co. einhalten.

Lese-Tipp

Wie Hersteller durch digitales Produktdaten-management die Digitalisierung meistern, zeigt Ihnen unser **Pocket Guide**.

Jetzt downloaden

PIM für Händler

Auch Händler haben erkannt, dass ihre Kunden – egal ob Endverbraucher oder Einkäufer bei einem Unternehmen – lückenlose und konsistente Produktinformationen und zugleich ein nahtloses, unkompliziertes Einkaufserlebnis erwarten – gleich welche Kanäle sie für die Recherche und den Kauf nutzen. Händler wissen auch, dass umfangreicher detaillierter Produkt-Content die Konversionsraten steigert.

Die Herausforderung ist, alle erforderlichen Produktinformationen von den Lieferanten zu erhalten. Diese stammen zumeist aus verschiedenen Quellen und liegen in unterschiedlichsten Formaten, Qualitäten und Umfängen vor. Heute verpflichten Händler ihre Lieferanten, ihre Vorgaben hinsichtlich der Produktdaten und den zugehörigen Mediendaten bzw. digitalen Assets zu erfüllen. Aber selbst dann ist es oft mühsam, alle Produktinformationen zu konsolidieren und für die eigene Nutzung aufzubereiten.

Product Experience Management (PXM) – die nächste Generation von PIM

Die nächste Generation des Product Information Managements baut das PIM zum Product Experience Management aus und stellt den Kunden in den Mittelpunkt.

Von PIM zu PXM

Das „NextGen-PIM“ ist durch eine Vielzahl fortschrittlicher Technologien und Funktionen geprägt, die ein personalisiertes und kontextualisiertes Produkterlebnis im Rahmen einer Omnichannel-Strategie ermöglichen.

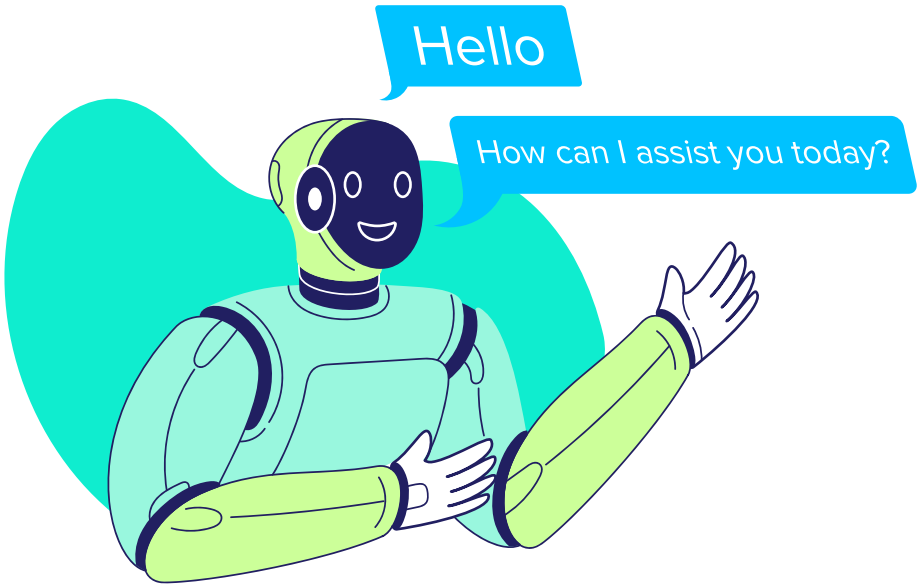
- **Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen** gestatten eine automatische Klassifizierung, Anreicherung und Kontextualisierung von Produktinformationen.
- **Leistungsstarke Datenanalyse- und Visualisierungsfunktione**n erlauben tiefere Einblicke in die Produktperformance, in Kundenvorlieben und Markttrends.
- **Dynamische Produktinhalte und Produktempfehlungen** bedienen Kundenbedürfnisse in Echtzeit und steigern so die Upselling- und Cross-Selling-Potenziale.
- **Cloud-basierte Headless-Architektur** erlaubt die flexible Integration diverser Datenquellen, Frontend-Systeme und Output-Kanäle, gespeist aus einer Single Source of Truth
- **KI** ermöglicht es, das Feedback aus den Vertriebs- und Vermarktungskanälen kontinuierlich in immer bessere Produktpräsentationen einfließen zu lassen

PXM für Produkterlebnisse

Mit einer PXM-Lösung managen Sie nicht nur Ihre Produktdaten und digitalen Assets, sondern auch die Art und Weise wie Produkte präsentiert werden – für verschiedenen Sprachen und Kulturbereiche, unterschiedliche Märkte und Touchpoints und im Kontext für jeden individuellen Kunden – für ein durchweg positives Produkterlebnis und somit eine emotionale Bindung zu Ihrer Marke.

KI-gestützte Produktkommunikation

Die Nutzung von künstlicher Intelligenz im Product Information Management eröffnet zahlreiche Möglichkeiten. Direkt integriert in das PXM-System, helfen KI-Tools dabei, die vielfältigen Aufgabenstellungen rund um die Produktkommunikation wesentlich zu beschleunigen und zu optimieren. Angefangen vom Daten-Onboarding über das Anreichern, Erweitern, Lokalisieren und Publizieren von Daten bis hin zu Einblicken über das Kaufverhalten und die Nutzung von Kundenrezensionen – immer unterstützt von intelligenten Assistenten im System.



Wie sieht das konkret aus?

KI-gestützte Funktionen im PXM-System nehmen Ihnen viel Arbeit ab und erlauben Ihnen so, den Fokus ganz auf das Produkterlebnis zu setzen, um die Kundenbindung zu stärken.

- **Automatisiertes Datenmanagement:** Normalisierung, Kategorisierung und Dubletten-Abgleich direkt beim Datenimport
- **Personalisierung:** Prüfung der Vollständigkeit, Aktualität, Korrektheit von Daten durch automatisierte Datenqualitätschecks
- **Automatisierte Texterstellung:** Natürlich klingende Produktbeschreibungen und Marketingtexte aus Produktdaten.
- **Content-Erstellung:** Passgenaue Produktbeschreibungen auf Basis weniger Parameter wie Keywords, Textlänge und Zielgruppe.
- **Smarte Kategorisierung:** Intelligentes Verschlagworten und Zuordnen von Produkten, Bild- und Mediendaten für einen effektiven Content-Prozess.
- **Mehrsprachige Übersetzung:** Produktinhalte in beliebigen anderen Sprachen und Tonalitäten, um neue Zielgruppen und Märkte zu erschließen.
- **Analyse von Bildern:** und Abgleich mit den Produktinformationen, um konsistente Produktinhalte bereitzustellen.
- **Personalisierung:** Kontextualisierung und Personalisierung der Produkte auf Basis der Insights aus den belieferten Kanälen.
- **Omnichannel-Ausgabe:** Automatische Auslieferung an hunderte Kanäle in der passenden Struktur
- **Fortlaufende Optimierung:** Integration und Auswertung von Insights und Empfehlungen aus den Vertriebskanälen zur laufenden Optimierung der Produktpromotion

Lese-Tipp

Rechnen Sie nach! Unser Whitepaper zeigt Ihnen, wie sich der ROI Ihres **PIM-Systems** darstellt.

Jetzt downloaden

Vorteile eines Product Experience Management (PXM)-Systems

Kundenzentrierung im Fokus:

- Teilen Sie konsistente, umfassende und verlässliche Produktinhalte zu jeder Zeit an jedem Kanal oder Touchpoint.
- Präsentieren Sie Ihre Produkte relevant zum Kontext des jeweiligen Kanals, der Region und der Kundensituation auf Basis der erfassten Interessen.
- Liefern Sie dem Kunden passende Produktempfehlungen und dynamische Produktinhalte in Echtzeit auf dem richtigen Kanal zur richtigen Zeit.
- Ermöglichen Sie Ihren Handelspartnern bequemen und schnellen Zugriff auf für sie relevante Produktinhalte im Self-Service.

Qualität und operative Exzellenz:

- Beseitigen Sie Datensilos und Fehlerquellen und schaffen Sie einen zentralen Ort für vertrauenswürdige Produktinformationen.
- Ersetzen Sie redundante, mühsame manuelle Geschäftsabläufe durch umfassende Automatisierung und den Einsatz von KI.
- Verbessern Sie die Produktivität und Zusammenarbeit Ihrer Teams durch klare Zuständigkeiten und zentrale Freigabeworkflows.
- Schaffen Sie optimale Datenqualität und Compliance mit Hilfe regelbasierter Automatismen.

ROI und Skalierbarkeit:

- Erweitern Sie Ihr System um beliebig viele neue Kanäle und zukünftige Technologien auf Basis einer Headless-Architektur.
- Wachsen Sie flexibel mit neuen Geschäftsanforderungen, neuen Produkten, Märkten, Regionen und Zielgruppen.
- Erstellen, adaptieren und lokalisieren Sie Produktdaten zeit- und kosteneffizient dank Automatisierung und KI/ML Support.
- Beschleunigen Sie Ihre Time-to-Market bei der Einführung neuer Produkte und nutzen Sie Up- und Cross-Selling-Potenziale effektiv.

Wettbewerbsvorsprung und Zukunftsorientierung:

- Optimierten Sie in Echtzeit Ihr Angebot dank KI-gestützter Analyse von Kaufverhalten, Kundenrezensionen und Produktperformance
- Differenzieren Sie sich von der Konkurrenz durch die Bereitstellung eines reibungslosen, personalisierten Kauferlebnisses.
- Steigern Sie Ihre Markenreputation durch durchgehend konsistente und hochwertige Produktpräsentationen auf allen Kanälen.
- Verfolgen Sie innovative Omnichannel-Vertriebsstrategien, um die Reichweite und Verfügbarkeit Ihrer Produkte zu steigern.

Product Experience Management – für alle ein Gewinn

Teams und Abteilungen innerhalb von Unternehmen profitieren immens von der nächsten Generation von PIM.

Marketing

Das cloud-basierte PXM ermöglicht es uns, Kampagnen, Aktualisierungen und Varianten von Produkt- und Markeninhalten global und ohne Zeitverlust auszuliefern, sowohl an interne Stakeholder als auch extern an alle Partner und Kanäle, und dabei ein perfektes, personalisiertes Produkt- und Markenerlebnis zu schaffen.

Verkaufsförderung

Produkt-Promotions mit abgestimmten Angebotspreisen lassen sich dank KI-gestützter Prozesse und Empfehlungen wesentlich verkürzen und über das PXM in Echtzeit mit vollständigen und konsistenten Informationen und Preisen an die jeweiligen Kanäle ausspielen. das spart maximal Zeit und Nerven und erhöht die Konversionsrate.

Produkt-Management

Wir arbeiten täglich im System – da muss es nicht nur zuverlässig und schnell auf Anfragen reagieren sondern auch sehr intuitiv zu bedienen sein und uns mit Automatisierungen und Workflows dabei unterstützen, vollständige, umfassende und hochwertige Produktinformationen sicherzustellen – für eine 360°-Sicht auf das Produkt.

E-Commerce

Das PXM stellt uns die solide Datenbasis und alle Möglichkeiten zur Personalisierung und Kontextualisierung von Inhalten bereit, die wir benötigen, um Produkte über unsere E-Commerce- und digitalen Kanäle anzubieten. Dabei gilt es, die Erwartungen an begeisternde Shopping Experiences zu erfüllen, Käufe, Up- und Cross-Sells auszulösen und Empfehlungen zu generieren.

Vertrieb

Produkt-Promotions mit abgeIm Vertrieb brauchen wir stets verlässliche und aktuelle Produktinformationen und Preise die sich sehr einfach und ohne Zeitverlust in Kunden-individuelle Angebote und Präsentationen ausleiten kassen. So können wir mit einer einheitlichen Kommunikation das gesamte Unternehmen in seiner Omnichannel-Präsenz stärken.

IT

Das PIM in der Cloud läuft völlig unabhängig von unserer internen IT-Infrastruktur und wird direkt vom Anbieter supported und laufend aktualisiert. Das sichert uns nicht nur 100% vor Angriffen sondern setzt in unserem Team auch erhebliche Resourcen frei, die ansonsten für Updates, Upgrades, Integrationen und Trouble Shooting bereitgestellt werden müssten.

Praxisblick: NextGen-PIM im Einsatz

Welche Potenziale sich mit der nächsten Generation an PIM-Systemen ausschöpfen lassen, kann man nur erahnen. Mit einer modernen Product Experience Management-Lösung sind Sie jedoch bestens gerüstet, um allen Herausforderungen und Chancen zu begegnen.

Einsatzszenario im B2C-Bereich: Einzelhändler

Ein globaler Einzelhändler bietet Haustierzubehör an und drei verschiedene Konsumenten suchen über ihr Smartphone nach Produkten für ihr jeweiliges Tier:

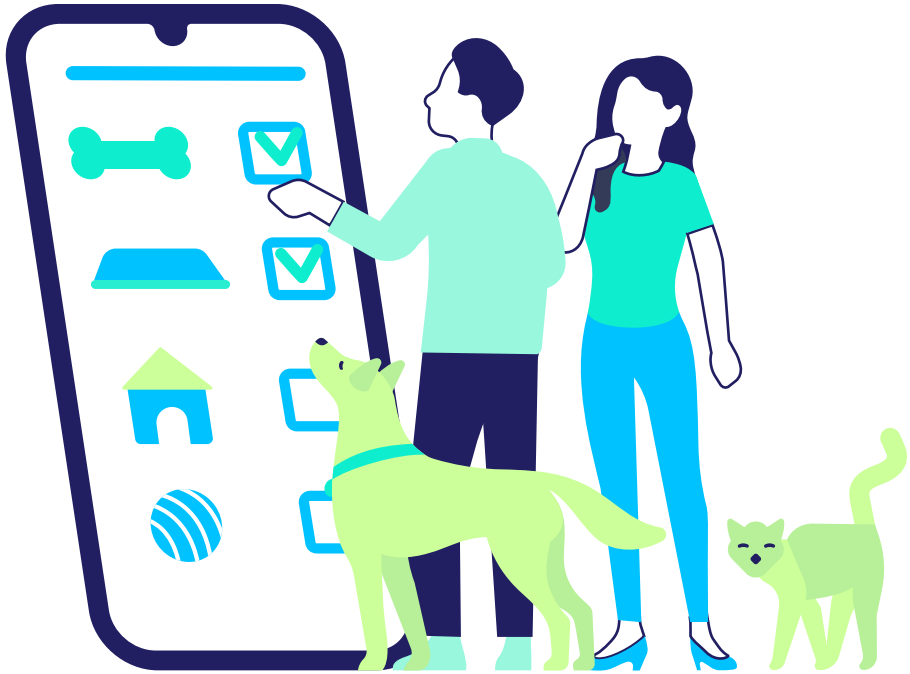
David ist zwanzig, Single und lebt mit Echse Coolio in Florida, USA.

Jana hat eine Behinderung und lebt mit Begleithund Frolic an der Seite in der Schweiz.

Kuru lebt mit seiner Familie und der verschmusten Katze Arisu in Japan

Mit PXM Bedürfnisse passend zu Standort und Kontext adressieren

Ein PIM-System stellt vollständige, akkurate, konsistente und aktuelle Produktinhalte rund um die Produkte bereit. Erweitert man es zum PXM kann man den Kontext des Käufers einbeziehen und die Produkte sowie deren Präsentation und spezielle Angebote mit dynamisch auf seine Situation abgestimmten Inhalten darstellen.



- Tiernahrung und Zubehör speziell für dieses Haustier
- Wertige Produkt-Bundles und Services passend zum Umfeld des Kunden
- Ergänzende relevante Inhalte, wie Blogs, Haltungstipps, Tierarzt-Map, Erklärvideos
- Personalisierte Promotion passend zum Haustier im individuellen Kontext
- KI ChatBot, der Fragen rund ums Tier beantwortet

Einsatzszenario im B2B-Bereich: Hersteller

Ein Werkzeughersteller bietet Profi-Akku-Bohrschrauber an und hat Bauhandwerker, Autoservices und Schreinereien als Hauptzielgruppen identifiziert. Da heute auch B2B-Kunden ein Consumer-ähnliches Einkaufserlebnis erwarten, nutzt er PXM, um ihre Anforderungen gezielt in Produktpräsentation und Beschreibung abzubilden.

Hier finden Sie einige Beispiele, wie ein Hersteller mit smartem Einsatz von Produktdaten Kundenerlebnis, Reichweite, Konversion und Umsatz steigern kann.

Kennt der Hersteller die Kunden im Webshop (etwa durch Log-in), wird den Kunden der entsprechende Kontext personalisiert bereitgestellt.

Wird der Shop-Besucher nicht identifiziert, können Kontexte zur Auswahl bereitgestellt werden, sodass zum Beispiel der Schreiner selbst auf das Angebot für Schreiner klickt.

Einsatzmöglichkeiten lassen sich weiter differenzieren, z.B. mit Anwendungsvideos, Nutzerbewertungen aus der Branche, Content von B2B-Influencern oder kontextualisierten Inhalten am Point-of-Sale, etwa dem Fachmarkt.

Produkt im Kontext: Maßgeschneidert für Autoservices

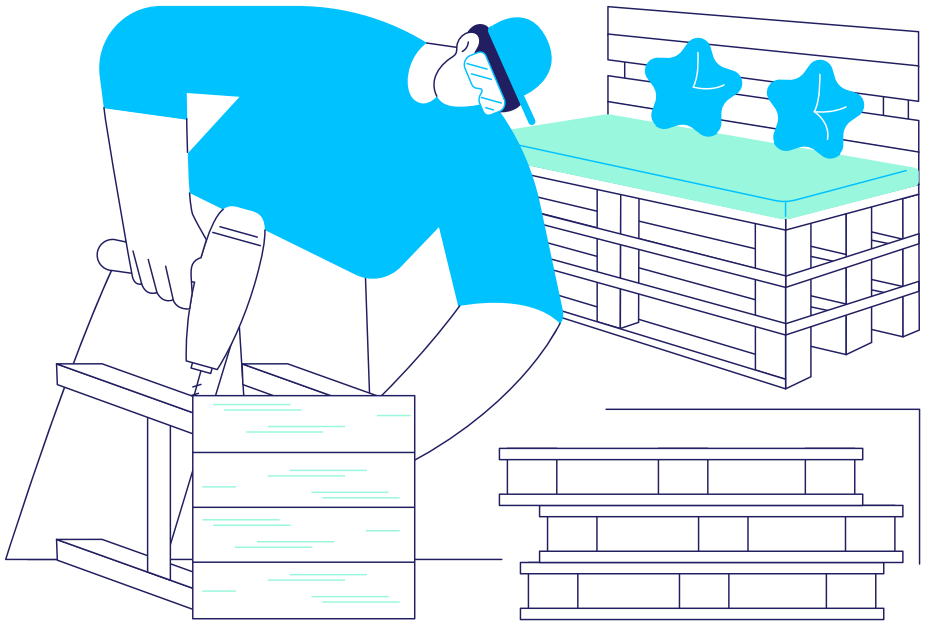
Produktbeschreibung

- Der elektronische Geschwindigkeitsregler bietet dem Anwender ein optimales Handling - egal ob beim **Reifenwechsel oder beim Motorservice.**
- 550 Nm maximales Drehmoment für verschiedenste Anforderungen an Befestigungen an Motoren und Zubehör

Produkt im Kontext: Maßgeschneidert für Schreiner

Schreiner:

- Der elektronische Geschwindigkeitsregler bietet dem Anwender ein optimales Handling - egal ob für Holz, Spanplatte oder andere Werkstoffe.
- 550 Nm maximales Drehmoment für die Anforderungen an Bohrungen und Befestigungen bei verschiedensten Holzwerkstoffen.



Produkt im Kontext: Maßgeschneidert für Bauhandwerker

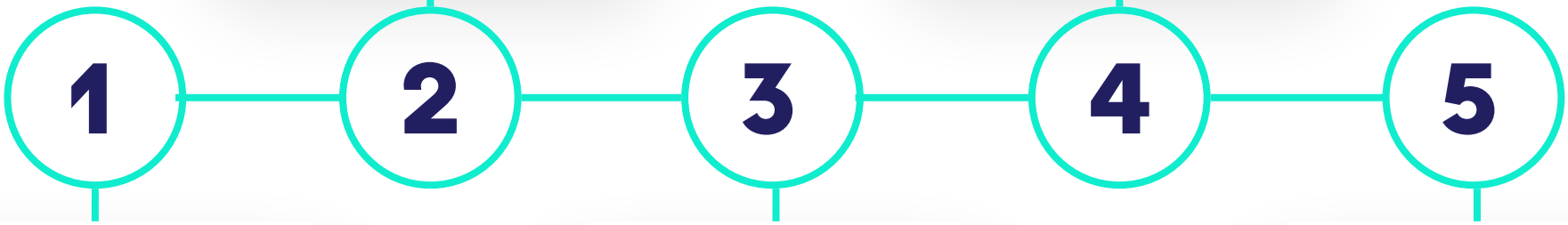
Bau:

- Der elektronische Geschwindigkeitsregler bietet dem Anwender ein optimales Handling für alle Arbeiten auf der Baustelle.
- 550 Nm maximales Drehmoment für verschiedenste Anforderungen an Bohrungen und Befestigungen am Bau.

Wie finden Sie den richtigen Anbieter?

Die Wahl des richtigen Software-Anbieters ist keine einfache Aufgabe. Die große Auswahl an scheinbar sehr ähnlichen Anbietern verspricht bestmögliche Funktionsvielfalt und unterscheidet sich häufig nur durch den Preis und den Support – das kann auf den ersten Blick entmutigen. Der folgende Überblick kann Ihnen als hilfreicher Leitfaden bei der Auswahl des richtigen Software-Anbieters dienen.

Die 5 wichtigsten Schritte bei der Anbieterauswahl



Definieren Sie Ziele und Problemfelder! Denken Sie an die täglichen Herausforderungen im Unternehmen und an Ihre Ziele. Erstellen Sie daraufhin einen Anforderungskatalog.

Stecken Sie Ihre Rahmenbedingungen ab! Legen Sie Ihr Budget und den möglichen Implementierungszeitraum fest. Denken Sie auch an mögliche Folgekosten.

Schauen Sie sich verschiedene Lösungen an! Bitten Sie die Top 3 um eine Demo-Vorführung. So bekommen Sie ein Gefühl für das System.

Evaluieren Sie die Shortlist-Anbieter! Behalten Sie Ihre strategischen Ziele im Blick und prüfen Sie, ob die Roadmap des Anbieters diesen auch künftig gerecht wird.

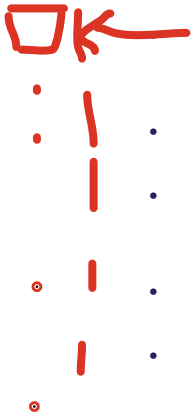
Treffen Sie eine Entscheidung! Wägen Sie sorgfältig ab und stellen Sie sicher das keine Fragen offen sind - nehmen Sie hierzu ihre Stakeholder mit ins Boot.

Checkliste zur Systemauswahl

Wählen Sie ein PIM-/PXM-System passend zu Ihren Anforderungen. Diese Fragen helfen, die richtige Lösung für Ihre strategischen Ziele zu finden.

Bietet das PIM-System die Funktionalitäten und Optionen, die Sie benötigen?

- Welche Art von Produkten und Daten soll es verwalten und in welchem Umfang?
- Ist es intuitiv und benutzerfreundlich?
- Welchen Support und Wissenstransfer gibt es seitens des Anbieters oder Implementierungspartners?
- Gibt es Schulungen zum PIM-System durch den Anbieter?
- Kann Ihr Unternehmen mit dem System weiterwachsen – ist es skalierbar?
- Wie einfach lässt sich die Software an neue Geschäftsanforderungen anpassen?
- Wie wird die Lösung gehostet?
- Welche Update- und Upgrade-Optionen werden angeboten?
- Inwieweit passt sich das PIM-System nahtlos in die aktuelle IT-Landschaft ein?
- Welche Integrationen zu anderen Systemen sind erforderlich und möglich?



Kann das PIM-System die Migration bestehender Daten ermöglichen?

- Ist ein zuverlässiges Backup-System vorhanden?
- Bietet das PIM-System Funktionen für die Datenvalidierung und Qualitätssicherung?
- Lassen sich interne Sicherheitsrichtlinien abbilden?
- Wird das System langfristig den Wert des Unternehmens steigern?
- Ist der Anbieter zuverlässig genug, um langfristigen Support zu leisten?
- Kann der Anbieter langjährige, erfolgreiche Kundenbeziehungen vorweisen?
- Welche Kosten sind mit dem PIM-System verbunden?
- Gibt es empfohlene Implementierungspartner?
- Eröffnet die Roadmap des Anbieters eine zukunftsfähige Partnerschaft?

Fazit: Zeit für den Generationswechsel

Die neuen Generation von Käufern erwartet heute mehr als die üblichen Produktinformationen. Sie wünschen sich eine personalisierte, begeisternde Product Experience – maßgeschneidert und emotional ansprechend.

Von PIM zu Product Experience Management

Die Unternehmenslandschaft wandelt sich stetig. Um auch morgen noch relevant zu bleiben, müssen Betriebe zukunftsorientiert handeln. Entscheidend ist die Wahl einer Software, die aktuelle Bedürfnisse erfüllt, flexibel auf Marktveränderungen reagiert und den Weg für innovative Produkterlebnisse ebnet.

Bereit für die Herausforderungen im Digital Commerce?

Lassen Sie Ihre Mitbewerber hinter sich - mit der KI-gestützten Product Experience Cloud von Contentserv und dem integrierten leistungsstarken Feed Management von Shoppingfeed.

Erfahren Sie mehr!

Fazit: Zeit für den Generationswechsel

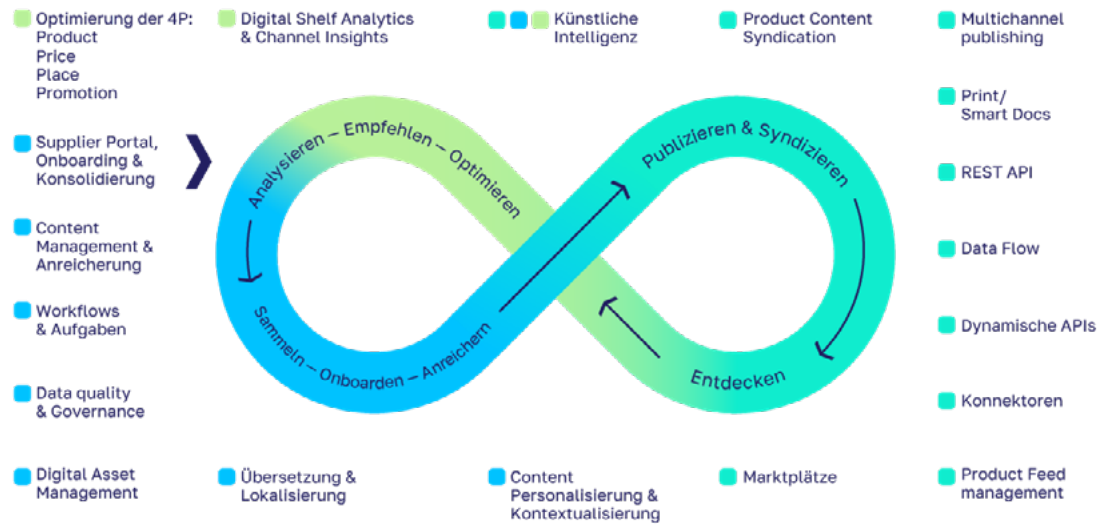
Die neuen Generation von Käufern erwartet heute mehr als die üblichen Produktinformationen. Sie wünschen sich eine personalisierte, begeisternde Product Experience – maßgeschneidert und emotional ansprechend.

Die Produkt Experience Cloud von Contentserv integriert fortschrittliche KI, Closed-Loop-Feedback und intelligentes Feed-Management über PIM, DAM und PXM hinweg und bietet Ihnen die folgenden Vorteile:

- **Steigern Sie Ihren ROI**
- **Stärken Sie die Kundenbindung**
- **Bringen Sie Produkte schneller auf den Markt**
- **Verbessern Sie Ihre Marketingleistung**
- **Verwalten Sie komplexe Informationen schnell und einfach**
- **Reduzieren Sie die Komplexität und Kosten der Informationslieferkette**
- **Erfüllen Sie globale Sprach- und Marktanforderungen**
- **Bieten Sie wirklich personalisierte Produkterlebnisse**
- **Passen Sie sich schnell und einfach an Marktveränderungen an**
- **Veröffentlichen Sie konsistente Produktinformationen in Echtzeit**
- **Erstellen und liefern Sie maßgeschneiderte, personalisierte Produktinformationen**
- **Optimieren Sie Ihre digitale Präsenz und steigern Sie Ihre Sichtbarkeit**

Sprechen Sie jetzt mit uns!

Contentserv bietet eine umfassende Product Experience Plattform für die Verwaltung von Produktinhalten, mit der Sie jederzeit die Kontrolle über das Produkterlebnis behalten und umfassende, relevante und emotionale Inhalte erstellen können, die Ihre Kunden lieben werden.



Erfahren Sie, wie unsere Product Experience Plattform Ihnen dabei helfen kann, das Potenzial Ihrer Produktinformationen voll auszuschöpfen und bahnbrechende Produkterlebnisse zu schaffen.

Los geht‘s

contentserv

Extraordinary Product Experiences. Unlimited Digital Commerce.

Contentserv entwickelt Lösungen für führende Marken und solche, die es werden wollen. Unternehmen aus allen Branchen vertrauen auf unsere intuitive Plattform, um reale Ergebnisse zu erzielen: Mehr Traffic, höhere Konversionsraten, kürzere Markteinführungszeiten und eine maximale Rendite.

www.contentserv.com