

Product Information Management

Das Fundament der Digitalisierung



Das Fundament der Digitalisierung

Digitalisierung ist das Thema der Stunde. Die Unternehmen in der Schweiz wissen, dass sie sich in diese Richtung weiterentwickeln müssen. Da es in der Zwischenzeit so viele Möglichkeiten gibt, weiss man oft nicht, wo man anfangen soll. In einem solchen Fall kann es sein, dass an verschiedenen Orten gestartet, jedoch nichts richtig angegangen wird. Was ist ein empfehlenswertes Vorgehen? Am besten startet man mit dem Fundament.

Digitale Daten - der Rohstoff des 21. Jahrhunderts!

Die Erfahrung hat gezeigt, dass viele Projekte im Bereich Digitalisierung mit der Qualität der Produktdaten stehen und fallen. Sind z.B. nur spärliche oder nicht sauber gepflegte Produktinformationen vorhanden, ist es nicht möglich, in einem Online Shop Filter einzubauen. Eine Suche liefert vielleicht nicht alle zutreffenden Produkte zurück, da der Kunde einen anderen Begriff für das Produkt nutzt als Sie (z.B. Laptop/Notebook). Dies sind nur zwei Beispiele, um die Wichtigkeit von Produktdaten hervorzuheben. Natürlich gibt es noch viele weitere.



Wie schafft man es, qualitativ hochwertige Informationen bereitzustellen zu können? Am einfachsten geht dies mit einem PIM-System (Product Information Management System / Produkt Informations Management System). Die Software ist darauf ausgelegt, alle Prozesse rund um die Produktdatenpflege zu vereinfachen und alle Informationen an einem zentralen Ort zu speichern. Dadurch weiss jeder, wo die aktuellen Daten zu holen sind und muss sich diese nicht mehr zusammensuchen. Insellösungen entfallen und es kann ein unternehmensweiter Standard eingeführt werden. Ohne PIM wird die Handhabung der Produktinformationen oft zu einer Zeitintensiven, mühseligen Arbeit.

Interner Umschwung



Es geht jedoch um mehr als nur Produktdaten. Mit der Implementierung eines neuen Systems geht es auch um Change Management. Aufgrund des PIM-Systems müssen alle Prozesse rund um die Produktdaten neugestaltet werden. Dies bedeutet, dass die Elfenbeintürme verlassen werden müssen, um bewegliche Strukturen zu etablieren. Die verschiedenen Abteilungen in ihrem Unternehmen sollen nicht mehr unabhängig voneinander arbeiten, sondern gemeinsam auf ein Ziel hin. Marketers müssen einen 360°-Blick auf die Kunden-Interaktionen einnehmen und Bindungen mit anderen Abteilungen eingehen, dies betrifft vor allem IT, Vertrieb und Kundendienst.

Es ist daher wichtig funktionsübergreifende Teams aufzustellen, um Fähigkeiten und Kenntnisse zusammenzubringen - und dies bereits bei der Anforderungsaufnahme. Es wird sich somit eine ganz neue Unternehmenskultur etablieren. Wichtig dafür ist, dass die betroffenen Personen frühzeitig in das Projekt involviert werden.

Es wird nicht nur neuere, sondern auch schlankere Prozesse geben, die Produktdaten können mit Hilfe eines PIM-Systems viel schneller aufbereitet und dem Markt präsentiert werden.

Neues Datenmodell erarbeiten

Mit dem Unternehmen wächst oft das Sortiment. Meist fehlt die Zeit, die neuen Produkte sauber in die bestehende Datenstruktur einzuordnen. Wenn ein PIM-System eingeführt wird, sollten Sie sich die Zeit nehmen und das Datenmodell genau prüfen sowie überarbeiten. Ansonsten nützt Ihnen das beste System nichts. Die Produktdaten bleiben ein Chaos.

Es wird einen Moment dauern, die Daten neu zu organisieren, sowie auch eine Eingewöhnungszeit der Mitarbeiter benötigen, dennoch sollte man sich auf jeden Fall von historischen gewachsenen Komponenten lösen.

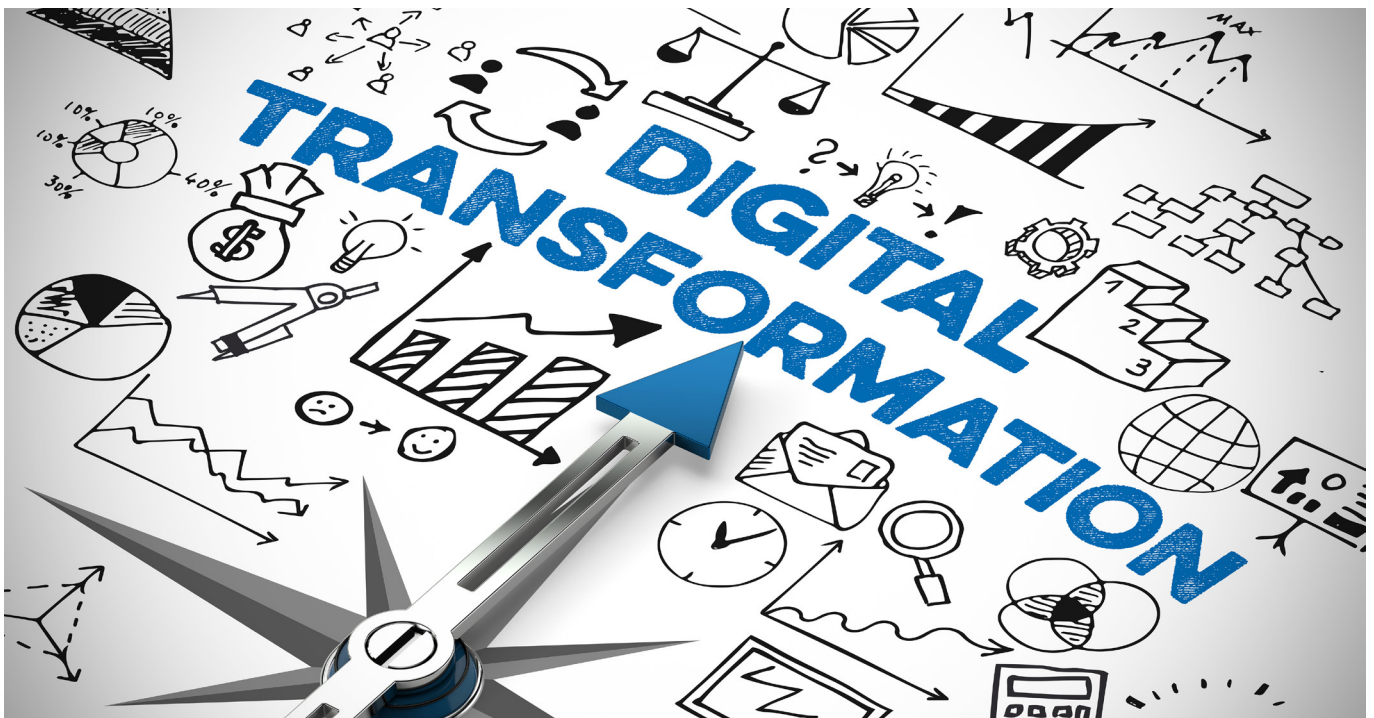
gute Datenqualität mit granularen Daten.

Anbindung weiterer Schnittstellen

Wenn die Daten in strukturierter Form vorhanden sind, können Sie einfach transformiert und an jeglichen Touchpoints bereitgestellt werden.

Definieren Sie ein geeignetes Format und den zu übertragenden Inhalt und die Schnittstelle kann in der Regel einfach von Ihnen, ohne Programmierung, eingerichtet werden. Gehen Sie strategisch vor und erarbeiten Sie alle derzeitigen und zukünftigen Touchpoints der Kunden. So können Sie Ihren Absatz Schnittstelle für Schnittstelle steigern.

PIM-Systeme sind nicht nur darauf ausgelegt, Daten an unterschiedlichste Kanäle auszuleiten, sie können Daten auch einfach importieren. Zum einem vom eigenen ERP oder Listen, die sie z.B. von Lieferanten erhalten.



Neuer digitaler Auftritt

Sind nun die Produktdaten auf einem guten Stand ist es kinderleicht, eine Webseite oder einen Shop mit Daten zu beliefern. Das Thema Online Marketing kann Schritt für Schritt angegangen und umgesetzt werden. Immer beliebter werden Produktkonfiguratoren, bei denen der Kunde sein Produkt selber zusammenstellen kann oder mit der Auswahl weniger Kriterien direkt eine Übersicht von geeigneten Produkten erhält. Den Kunden solche Möglichkeiten bereitzustellen ist erreichbar durch eine

Kundenfokus

Aufgrund des in der Zwischenzeit bereits gut aufgestellten B2C-Businesses übertragen wird diese Erwartungen auch in den B2B-Bereich. Das heisst, hochwertige Produktdaten und -bilder werden zu einer Selbstverständlichkeit. Um die Kunden weiterhin zu begeistern, braucht es somit immer wieder neue Ideen, welche ihnen das Leben erleichtern. Wenn Sie dies umsetzen können, erarbeiten Sie sich kontinuierlich eine stärkere Kundenbindung. Die Kunden werden zufriedener

und auch loyaler Ihrem Unternehmen gegenüber sein. Starten Sie mit den Basics und stellen Sie gute Produktdaten sicher. Danach können Sie jegliche Ideen viel einfacher angehen.

Ein Ausblick - oder doch eher das Aufzeigen eines breiteren Sichtfeldes?

Im Moment haben wir uns nur auf die bereits etablierten Werkzeuge konzentriert. Immer beliebter werden automatische Textgenerierungen und Übersetzungen sowie weitere Themen, welche mit künstlicher Intelligenz in Zusammenhang stehen. Zusätzlich sind Produktdaten auch relevant, wenn man sich im Bereich Automatisierung und der Zusammenarbeit von Systemen und Maschinen weiterentwickeln möchte. Somit alle Themen rund um Internet of Things.

Nicht bei allen Möglichkeiten spielen die Produktdaten die Hauptrolle, sie sind jedoch ein Teil des gesamten Prozesses und müssen daher eine entsprechende Qualität aufweisen.

Fazit

Sobald das Fundament steht, das heisst, wenn granulare, qualitativ hochwertige Produktdaten vorhanden sind, können alle weiteren Projekte Schritt für Schritt angegangen werden. Die Priorisierung hängt von Ihren Zielen ab. Für gewisse ist es wichtig, den Webauftritt (neu) zu gestalten, andere möchten zuerst die Kunden mit aktuellen Daten beliefern usw. Jedoch alle sind von guten Produktdaten abhängig. Das Wichtigste ist jedoch jetzt damit zu starten und sich damit einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen.

Konnten wir Sie von den Vorteilen eines PIM-Systems überzeugen? Gerne beraten wir Sie ganz individuell. Wir helfen Ihnen, den passenden PIM-Anbieter zu finden und das System sowie die Schnittstellen bei Ihnen einzurichten. Kontaktieren Sie uns für einen unverbindlichen Termin!



Über uns

Als erfahrener Dienstleister begleiten wir Sie auf Ihrem individuellen Weg zum digitalen Omni-Channel-Vertrieb in Industrie, Handel und Distribution. Mehr als 20 Jahre Erfahrung mit aktuellem Fachwissen und menschliches Feingefühl im Prozess machen uns zum optimalen Partner.

Cube Marketing GmbH

Gablerackerstrasse 2
CH-8615 Wermatswil
www.cubemarketing.ch
info@cubemarketing.ch
+41 (0)79 243 71 05

