



**Kittelberger**

# **10 Top-Themen aus der Kommunikation mit Produktdaten**

**Herbst 2023**

# Einleitung



„Bei den Produkten spielt die Musik!“ – das gilt im Marketing für Industrie und Handel nach wie vor. Vergleichbarkeit und Kostendruck steigen, gleichzeitig gewinnen Branchenformate und Omnichannel-Anforderungen an Bedeutung:

Das vorausschauende Management von Produktdaten wird damit zum Erfolgsfaktor für Marketing- und Produktverantwortliche in internationalen Unternehmen.

In diesem Whitepaper konzentrieren wir uns auf 10 Top-Themen, die uns aktuell

immer wieder begegnen und die wir für die nächsten Monate als besonders relevant ansehen. Diese Liste erhebt also keinen Anspruch auf Vollständigkeit – und doch sind es Inputs aus internationalen Unternehmen, sei es in der Realisierung von PIM-Projekten oder bei der Diskussion um die richtigen Wege zur Kommunikation der Produktinhalte.

Viel Spaß beim Lesen!

Jan Kittelberger,  
Geschäftsführer Kittelberger media solutions

# Überblick

1. Produktinformationsmanagement (PIM) Systeme .....	Seite 4
2. Datenqualität .....	Seite 6
3. Multilinguale Produktdaten: Übersetzen vs. Lokalisieren .....	Seite 8
4. Governance, Compliance und Datenqualität .....	Seite 10
5. Integration von Produktdaten über verschiedene Plattformen .....	Seite 12
6. KI und Machine Learning in der Analyse, Erstellung und Analyse von Produktdaten.....	Seite 14
7. Kundenspezifische Produkthanpassungen .....	Seite 16
8. Nutzung von Produktdaten zur Personalisierung von Kundenerlebnissen .....	Seite 18
9. Integration von Produktdaten in Omnichannel-Strategien .....	Seite 20
10. Abbildung von Beziehungswissen.....	Seite 21
11. Fazit .....	Seite 23

# → 1. Produktinformationsmanagement (PIM) Systeme

Für Omnichannel, Plattform-Geschäft und Direct-to-consumer ist das effiziente Management von Produktinformationen von entscheidender Bedeutung. Hier spielt das Produktinformationsmanagement (PIM) eine zentrale Rolle. Ein PIM-System dient als zentrale Quelle für alle produktbezogenen Daten und stellt sicher, dass diese Daten über alle Vertriebskanäle und Touchpoints hinweg konsistent und aktuell sind.

## **Was ist PIM?**

Produktinformationsmanagement (PIM) bezieht sich auf den Prozess der Sammlung, Verwaltung, Pflege und Verteilung von Produktinformationen über verschiedene Plattformen und Kanäle hinweg. Es hilft Unternehmen, ihre Produktinformationen in einem zentralen Repository zu organisieren, von wo aus sie leicht an E-Commerce-Websites, Einzelhandelsgeschäfte, Kataloge und andere Vertriebskanäle verteilt werden können.

Ein „PIM“ wird dabei dann oft synonym benutzt für eine Software, die die o.g. Prozesse komplett abbildet:

- Datenmodell der entsprechenden Produkte (Attribute, Datentypen usw.) und ggf. Abbildung externer Klassifizierungen
- Abbildung von Beziehungswissen
- Management von Prozessen: Übersetzungen, Sortimentsbildung, Pricing, Freigaben, Datenpflege allgemein usw.
- Ausleitung der Daten an die Zielsysteme, Bedienen von Branchen-Standards, Konsistenz- und Qualitätsprüfungen usw.



## Vorteile eines zentralisierten PIM-Systems

Ein gut implementiertes PIM-System bringt zahlreiche Vorteile mit sich:

- Effizienzsteigerung: Ein PIM reduziert manuelle Eingriffe und ermöglicht schnelle Aktualisierungen über alle Kanäle hinweg
- Konsistenz: Es sorgt für konsistente Produktinformationen über verschiedene Plattformen und Märkte hinweg – das verbessert das Kundenerlebnis und vermindert Risiken in puncto Produkthaftung und Retourenquote
- Zeitersparnis: Marketing- und Produktteams können schneller auf veränderte Marktbedingungen oder Kundenanforderungen reagieren
- Skalierbarkeit: Unternehmen können leicht neue Produkte hinzufügen oder in neue Märkte expandieren, da das System zentralisiert ist und Daten effizient verwaltet werden

## Auswahl des richtigen PIM-Systems

Bei der Auswahl eines PIM-Systems sollten Unternehmen ihre spezifischen Anforderungen und Ziele berücksichtigen. Hierzu gehören:

- Integration: Wie gut lässt sich das System in bestehende Technologien und Plattformen integrieren?
- Benutzerfreundlichkeit: Ist das System intuitiv und benutzerfreundlich gestaltet? Kann es von verschiedenen Abteilungen leicht verwendet werden?
- Skalierbarkeit: Kann das System mit dem Wachstum des Unternehmens skaliert werden?

Es ist auch ratsam, Fallstudien und Kundenbewertungen zu konsultieren, um die Effektivität und Zuverlässigkeit des PIM-Systems in realen Geschäftsszenarien zu beurteilen.

Mehr Infos zum Thema „Wozu brauchen Sie ein PIM“ finden Sie hier:



Infos und erklärende Videos auf unserem Blog!

Hinweis: Wir haben ein umfassendes Whitepaper erstellt mit den wichtigsten Gründen, auf Basis unserer Erfahrungen. Bei Interesse an diesem Thema sprechen Sie uns gerne an!



## 2. Datenqualität

Der Vorteil zentralisierter Datenhaltung ist: Reduktion von Fehlern durch eine „Single Source of Truth“. Umgekehrt sind Fehler in der zentralen Quelle der Daten umso kritischer, da sie an vielen Stellen durchschlagen: Eine mangelhafte Datenqualität kann zu verlorenen Verkäufen, vermindertem Kundenvertrauen und ineffizienten Geschäftsabläufen führen. Wenn Produktinformationen jedoch korrekt, konsistent und aktuell sind, ermöglichen sie Unternehmen, ihre Marktposition zu stärken und Kunden ein überzeugendes Erlebnis zu bieten.

### **Warum Datenqualität entscheidend ist**

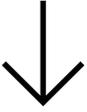
Hohe Datenqualität beeinflusst viele Aspekte eines Geschäfts:

- **Kundenvertrauen:** Korrekte und konsistente Produktdaten fördern das Vertrauen der Kunden in eine Marke oder ein Produkt.
- **Betriebliche Effizienz:** Qualitativ hochwertige Daten reduzieren Fehler und die Notwendigkeit von Rückbuchungen, Retouren oder Korrekturen, die durch falsche Daten verursacht werden.
- **Compliance:** In vielen Branchen müssen Produktinformationen bestimmten Vorschriften und Standards entsprechen. Korrekte Daten gewährleisten die Einhaltung solcher Normen.

### **Herausforderungen bei der Sicherstellung von Datenqualität**

Es gibt zahlreiche Herausforderungen, wenn es darum geht, die Qualität der Produktdaten zu gewährleisten:

- **Datensilos:** Daten können in verschiedenen Abteilungen oder Systemen gespeichert sein, was zu Inkonsistenzen führen kann.
- **Menschliche Fehler:** Manuelle Dateneingabe oder -aktualisierung kann zu Fehlern führen.
- **Veraltete Informationen:** Produkte oder ihre Eigenschaften können sich ändern, aber die Datenbanken werden nicht immer zeitnah aktualisiert. kann menschliche Fehler reduzieren.



### **Best Practices und Werkzeuge**

Es gibt verschiedene Ansätze und Tools, um die Datenqualität zu verbessern:

Effizienzsteigerung: Ein PIM reduziert manuelle Eingriffe und ermöglicht schnelle Aktualisierungen über alle Kanäle hinweg

- **Automatisierung:** Automatisierte Datenvalidierung kann helfen, menschliche Fehler zu reduzieren und die Datenkonsistenz zu gewährleisten.
- **Zentrale Datenquellen:** Ein zentralisiertes System, wie ein PIM, sorgt dafür, dass alle Abteilungen und Kanäle auf dieselben Daten zugreifen.
- **Regelmäßige Überprüfungen:** Ein planmäßiger Review-Prozess kann helfen, veraltete oder fehlerhafte Daten zu identifizieren und zu korrigieren.
- **Schulung:** Das Bewusstsein und die Ausbildung der Mitarbeiter in Bezug auf die Bedeutung der Datenqualität kann menschliche Fehler reduzieren.

Ein systematischer Ansatz zur Datenpflege kann zu besseren Geschäftsergebnissen und einer stärkeren Kundenbindung führen.

Unsere Erfahrung: Das ganze ist ein Marathon, kein Sprint – und ein richtig verstandenes Konzept von „Ownership“ sorgt dafür, dass das Thema dauerhaft auf der Agenda bleibt.

## → 3. Multilinguale Produktdaten: Übersetzen vs. Lokalisieren

In einer globalisierten Welt, in der Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen über verschiedene Regionen und Kulturen hinweg anbieten, wird die Präsentation von Produktinformationen in mehreren Sprachen immer wichtiger. Multilinguale Produktdaten sind nicht nur eine Frage der Übersetzung, sondern erfordern auch kulturelle Anpassungen, um sicherzustellen, dass Informationen in jedem Markt relevant und ansprechend sind. Mit „ansprechend“ sind dabei auch die Anforderungen gemeint, die regional an gelieferte Produktdaten gestellt werden.

### **Die Notwendigkeit für international agierende Unternehmen**

Multilinguale Produktdaten bieten eine Vielzahl von Vorteilen:

- **Erhöhte Marktpräsenz:** Die Möglichkeit, Produktinformationen in mehreren Sprachen anzubieten, eröffnet Unternehmen neue Märkte und erweitert ihre Reichweite.
- **Bessere Kundenerfahrung:** Kunden ziehen es vor, Informationen in ihrer Muttersprache zu erhalten, was zu einem besseren Verständnis und einer erhöhten Kaufbereitschaft führt.
- **Wettbewerbsvorteil:** Unternehmen, die in der Lage sind, kulturspezifische und mehrsprachige Produktinformationen bereitzustellen, setzen sich von Wettbewerbern ab – auch, weil neue Strategien im Vertrieb schneller umgesetzt werden können.



## Übersetzungsstrategien und Technologien

Das reine Übersetzen von Produktinformationen reicht oft nicht aus. Es sind verschiedene Strategien und Technologien erforderlich, um sicherzustellen, dass die Daten in jedem Markt effektiv sind:

- **Erhöhte Marktpräsenz:** Die Möglichkeit, Produktinformationen in mehreren Sprachen anzubieten, eröffnet Unternehmen neue Märkte und erweitert ihre Reichweite.
- **Professionelle Übersetzung:** Die Einbindung von Muttersprachlern und Branchenexperten gewährleistet die Genauigkeit und Relevanz der Übersetzung.
- **Maschinelle Übersetzung:** Mit fortschreitender KI-Technologie können maschinelle Übersetzungstools für eine schnelle und grobe Übersetzung sorgen, die später von Experten überprüft wird.
- **Lokalisierung:** Über die sprachliche Übersetzung hinaus ist es wichtig, Produktdaten an lokale Gebräuche, kulturelle Nuancen und Marktbesonderheiten anzupassen.

## Kulturelle Anpassungen – mehr als nur die Sprache...

Es geht nicht nur darum, die Sprache zu ändern. Produkte und ihre Beschreibungen müssen oft an kulturelle Unterschiede, lokale Normen oder spezielle Marktbedingungen angepasst werden. Zum Beispiel:

- **Einheitenumrechnungen:** Ein Attributs-Wert, der in den USA in Gallonen gemessen wird, könnte in Europa in Litern angegeben werden (Stichwort: Metrisch vs. Imperial). Ähnliches gilt für Dezimaltrenner, Datumsformate etc.
- **Kulturelle Sensibilität:** Einige Produktbeschreibungen oder -bilder könnten in bestimmten Kulturen als unangemessen oder respektlos empfunden werden und müssen entsprechend angepasst werden.

Die Fähigkeit, multilinguale Produktdaten effektiv zu verwalten und zu präsentieren, kann den Unterschied zwischen einem erfolgreichen internationalen Geschäft und einem weniger erfolgreichen ausmachen. Es erfordert eine sorgfältige Planung, die richtigen Technologien und ein tiefes Verständnis für die Märkte, in denen ein Unternehmen tätig ist.



## 4. Governance, Compliance und Datenqualität

Wenn wir uns darüber im Klaren sind, dass Daten sowohl einen Vermögenswert als auch ein potenzielles Haftungsrisiko darstellen, wird das Thema Data Governance immer wichtiger. Die richtige Governance von Produktdaten gewährleistet, dass diese konsistent, zuverlässig und rechtlich einwandfrei verwendet werden.

### Warum Governance?

Product Data Governance bezieht sich auf den Gesamtprozess der Verwaltung von Verfügbarkeit, Anwendbarkeit, Integrität und Sicherheit von Produktinformationen. Dieser Prozess gewährleistet:

- **Integrität:** Dass Daten korrekt, konsistent und verlässlich sind.
- **Verfügbarkeit:** Dass Daten für diejenigen zugänglich sind, die sie benötigen, wenn sie sie benötigen.
- **Compliance:** Dass alle gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen in Bezug auf Produktdaten erfüllt sind.

Weitere Vorteile ergeben sich durch die damit einhergehende Verbesserung der Datenqualität:

- **Kundenzufriedenheit:** Genauigkeit in Produktbeschreibungen und -spezifikationen hilft Kunden, informierte Kaufentscheidungen zu treffen.

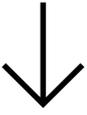
Falsche Daten können zu Retouren, Beschwerden und einem Verlust des Kundenvertrauens führen.

- **Betriebliche Effizienz:** Inkonsistente oder fehlerhafte Produktdaten können den Betrieb stören, von Lagerhaltungsproblemen bis hin zu Verzögerungen in der Lieferkette.
- **Suchmaschinenoptimierung (SEO):** Genauigkeit und Konsistenz in Produktbeschreibungen können die Sichtbarkeit von Produkten in Suchmaschinen erhöhen.

### Herausforderungen der Compliance

In vielen Branchen und Regionen gibt es spezifische Vorschriften, die die Verwaltung und Offenlegung von Produktinformationen regeln. Einige dieser Herausforderungen sind:

- **Branchenspezifische Vorschriften:** Von Lebensmittelkennzeichnung über Medizinprodukte bis hin zu chemischen Sicherheitsdatenblättern, die Anforderungen können stark variieren.
- **Internationaler Handel:** Produkte, die international verkauft werden, müssen oft mehreren regulatorischen Standards entsprechen.
- **Datenprivatsphäre:** In einigen Kontexten können Produktdaten personenbezogene Daten enthalten, was Datenschutzüberlegungen mit sich bringt.



## Strategien und Tools für effektive Data Governance

Unternehmen, die ihre Produktdaten effektiv steuern wollen, können folgende Ansätze verfolgen:

- **Richtlinien und Prozesse:** Klare Richtlinien für die Datenerfassung, -verwaltung und -verwendung, um Konsistenz und Compliance sicherzustellen.
- **Zentrale Datenquellen:** Ein zentralisiertes System, wie ein PIM, das Daten an einem Ort konsolidiert, kann die Governance erleichtern.
- **Automatisierte Compliance-Checks:** Tools, die Daten automatisch gegen gesetzliche und regulatorische Standards prüfen.
- **Schulung:** Mitarbeiter, die an der Datenerfassung, -verwaltung und -nutzung beteiligt sind, müssen regelmäßig geschult und über Änderungen in den Vorschriften informiert werden.

### Fazit:

Eine effektive Produktdaten Governance ist entscheidend, um nicht nur die Integrität und Qualität der Daten zu gewährleisten, sondern auch die Einhaltung gesetzlicher und regulatorischer Anforderungen sicherzustellen. Dies erfordert eine fortlaufende Bemühung, die richtigen Prozesse, Tools und Schulungen zu implementieren

Hinweis: Unserer Erfahrung nach hilft die Einführung eines Informations-Sicherheits-Management-Systems (ISMS) im Rahmen einer ISO27001 Zertifizierung auch auf diesem Feld, um die richtigen Fragestellungen zu finden und zu beantworten.

Wir selbst haben dabei vielfältige Erfahrungen gesammelt – bei Interesse sprechen Sie uns gerne an!

# → 5. Integration von Produktdaten über verschiedene Plattformen

Mit dem Aufstieg des Omnichannel-Handels und der wachsenden Anzahl von Plattformen, auf denen Produkte gelistet und verkauft werden, ist die Integration von Produktdaten über diese verschiedenen Kanäle hinweg zu einer zentralen Herausforderung geworden. Eine gute Integrations-Strategie stellt sicher, dass Kunden konsistente und genaue Produktinformationen erhalten, unabhängig davon, wo sie suchen oder kaufen.

## **Die Bedeutung der Datenintegration**

Die Integration von Produktdaten über verschiedene Plattformen hinweg bietet mehrere Vorteile:

- **Konsistenz:** Kunden erhalten überall dieselben Informationen, was das Vertrauen in die Marke und das Produkt stärkt.
- **Effizienz:** Intern reduziert eine integrierte Datenverwaltung den manuellen Aufwand und das Risiko von Fehlern durch Mehrfacheingaben.
- **Reaktionsfähigkeit:** Bei Produktaktualisierungen müssen Änderungen nur an einer Stelle vorgenommen werden und werden dann über alle Plattformen hinweg aktualisiert.

## **Herausforderungen bei der Datenintegration**

Obwohl die Vorteile klar sind, gibt es auch Herausforderungen:

- **Verschiedene Datenstandards:** Verschiedene Plattformen können unterschiedliche Anforderungen und Formate für Produktdaten haben.
- **Synchronisierung:** Es ist wichtig, sicherzustellen, dass Datenaktualisierungen zeitnah auf allen Plattformen reflektiert werden.

Das schließt somit nicht nur Performanz und gute Orchestrierung im Bereich der Datenlieferung mit ein, sondern bezieht sich auch auf die Empfängersysteme, z.B. die Website-Landschaft.

- **Volumen und Komplexität:** Mit Tausenden von Produkten und zahlreichen Plattformen kann die Datenintegration komplex werden.



## Strategien und Tools für die Datenintegration

Glücklicherweise gibt es Strategien und Tools, um diese Herausforderungen zu bewältigen:

- **Middleware:** Softwarelösungen, die als Vermittler zwischen verschiedenen Systemen agieren und die Integration und Synchronisation von Daten erleichtern.
- **APIs (Application Programming Interfaces):** Ermöglichen es Systemen, miteinander zu kommunizieren und Daten auszutauschen. Natürlich ist auch hier Vorsicht geboten: Die tiefe Kenntnis der Datenbestände und der Prozesse erst macht es möglich, Datenaustausch sinnvoll zu orchestrieren und zu implementieren.
- **PIM-Systeme:** Ein gutes Produktinformationsmanagement-System kann in andere Plattformen integriert werden und als zentrale Quelle für Produktdaten dienen.
- **Standardisierung:** Wo immer möglich, kann es hilfreich sein, Datenstandards über Plattformen hinweg zu harmonisieren, um die Integration zu vereinfachen. Das kann auch bedeuten: Informationen werden möglichst zentral so aufbereitet, dass die konsumierenden Systeme keine Verarbeitungslogik mehr beinhalten müssen.

### Hypothese:

Die Integration von Produktdaten über verschiedene Plattformen hinweg ist in der heutigen digitalisierten und vernetzten Welt unerlässlich. Unternehmen, die diese Integration effektiv bewältigen, werden in der Lage sein, ihren Kunden ein konsistentes und zuverlässiges Erlebnis zu bieten und gleichzeitig interne Effizienzen zu steigern.

## → 6. KI und Machine Learning in der Analyse, Erstellung und Analyse von Produktdaten

Künstliche Intelligenz (KI) und Machine Learning (ML) sind aus der heutigen IT- und Geschäftswelt nicht mehr wegzudenken. Sie bieten bahnbrechende Möglichkeiten, insbesondere in Bezug auf Produktdaten! Wie immer gilt: Die Qualität der Basis bestimmt die Qualität der Ausgabe.

### Wie KI Produktdaten verändert

- Automatisierung: KI kann zeitaufwändige und repetitive Datenverarbeitungsaufgaben automatisieren. Das reicht von der Datenreinigung bis zur Kategorisierung und Tagging von Produkten.
- Zunehmend sorgt dieser Hebel auch dafür, dass Texterstellung z.B. für C-Teile möglich und lohnend wird, wo vorher der manuelle Aufwand die Hürde war.
- Verbesserte Genauigkeit: Menschliche Fehler können bei der Datenverarbeitung vermieden werden, indem KI für bestimmte Aufgaben eingesetzt wird. Dies führt zu konsistenteren und genaueren Daten.
- Vorhersageanalyse: KI kann Muster in großen Datenmengen erkennen und Vorhersagen treffen, die für das menschliche Auge nicht sichtbar wären. Das hilft insbesondere bei der Prüfung bestehender Datenmengen oder bei der Analyse regelmäßig zu übernehmender Daten.

### Anwendungen von Machine Learning für Produktdatenanalyse

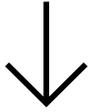
- Empfehlungssysteme: ML-Algorithmen können das Kaufverhalten der Kunden analysieren und personalisierte Produktempfehlungen abgeben, die den Verkauf ankurbeln.
- Bestandsmanagement: Durch die Vorhersage zukünftiger Nachfrage können Unternehmen ihren Lagerbestand optimieren und Überbestände oder Produktmangel vermeiden.
- Qualitätskontrolle: Machine Learning kann dazu verwendet werden, die Qualität von Produktdaten zu überwachen und Anomalien oder Inkonsistenzen zu identifizieren.



## Fallbeispiele und zukünftige Trends

- **Echtzeit-Anpassung:** Einige E-Commerce-Unternehmen nutzen ML, um das Kundenerlebnis in Echtzeit anzupassen. Basierend auf den Interaktionen eines Kunden mit der Website werden Produktlisten und Empfehlungen dynamisch angepasst.
- **Spracherkennung:** Mit der Hilfe von KI können Unternehmen Sprachsuchanfragen verarbeiten und so das Einkaufserlebnis für Kunden verbessern.
- **Content-Erstellung:** Viele Unternehmen nutzen KI, um Inhalte für Produkte auf Basis strukturierter Inhalte automatisch zu erstellen: Produkttexte, SEO-Inhalte, Verpackungsdaten.
- **Zukünftige Trends:** Es wird erwartet, dass die Kombination von Augmented Reality und KI den Einkauf weiter revolutionieren wird, indem Kunden beispielsweise Produkte in einer virtuellen Umgebung „ausprobieren“ können, bevor sie sie kaufen.

KI und Machine Learning haben das Potenzial, die Art und Weise, wie Unternehmen Produktdaten nutzen und verwalten, radikal zu verändern. Durch die Implementierung dieser Technologien können Unternehmen nicht nur ihre Effizienz steigern, sondern auch ein personalisierteres und reaktionsfähigeres Kundenerlebnis bieten. Das wiederum kann zu stärkerer Kundenbindung und erhöhten Umsätzen führen.



## 7. Kundenspezifische Produktanpassungen

Die heutige Geschäftswelt erlebt eine Verschiebung von massenproduzierten Gütern zu individuell angepassten Produkten, die den spezifischen Wünschen und Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Die Anpassung von Produkten an kundenspezifische Anforderungen wird immer mehr zur Norm und weniger zur Ausnahme.

### **Anforderungen und Erwartungen moderner Kunden**

Die Digitalisierung hat die Erwartungen der Kunden grundlegend verändert. Kunden suchen heute nach Produkten, die genau auf ihre Bedürfnisse und Vorlieben zugeschnitten sind. Hier einige Beispiele dazu:

- **Der Wunsch nach Einzigartigkeit:** Kunden möchten Produkte, die sich von der Masse abheben und ihre Individualität widerspiegeln.
- **Schnelle Lieferzeiten:** Trotz der Personalisierung erwarten Kunden eine schnelle Lieferung, die mit Standardprodukten vergleichbar ist.
- **Klarheit und Transparenz:** Kunden möchten den Anpassungsprozess nachvollziehen können und über den Fortschritt ihrer Bestellung informiert werden.

### **Datenmanagement für kundenspezifische Produkte**

Die Verwaltung von Daten für kundenspezifische Produkte kann komplex sein, da sie eine Kombination aus Standardproduktdateien und individuellen Kundenanforderungen beinhaltet:

- **Segmentierung:** Es ist wichtig, Daten sowohl auf Produkt- als auch auf Kundenebene zu segmentieren, um sicherzustellen, dass individuelle Anforderungen korrekt erfasst und umgesetzt werden.
- **Qualitätssicherung:** Das Datenmanagement muss sicherstellen, dass kundenspezifische Änderungen technisch umsetzbar sind und keine Kompromisse bei der Produktqualität eingehen.



## Technologien und Lösungen

Innovative Technologien spielen eine Schlüsselrolle bei der Umsetzung kundenspezifischer Produktpassungen:

- Konfiguratoren: Online-Tools, mit denen Kunden Produkte nach ihren Wünschen gestalten können, bieten eine visuelle Darstellung der Anpassungsoptionen und automatisieren den Bestellprozess.
- KI und maschinelles Lernen: Diese Technologien können dazu verwendet werden, Kundenpräferenzen zu analysieren und Vorhersagen darüber zu treffen, welche Anpassungen in Zukunft gefragt sein könnten.
- ERP-Systeme: Moderne ERP-Systeme können kundenspezifische Bestellungen (häufig: make-to-order) verarbeiten und sicherstellen, dass der gesamte Produktionsprozess effizient abläuft.

Kundenspezifische Produktpassungen bieten Unternehmen die Möglichkeit, sich in einem wettbewerbsintensiven Markt zu differenzieren. Indem sie die Erwartungen der modernen Kunden erfüllen und gleichzeitig effektive Datenmanagement-Strategien und Technologielösungen einsetzen, können Unternehmen sowohl ihre Kundenbindung als auch ihren Marktanteil steigern.

## → 8. Nutzung von Produktdaten zur Personalisierung von Kundenerlebnissen

In einer Zeit, in der die Kunden immer anspruchsvoller werden und personalisierte Erlebnisse erwarten, sind relevante und zielgerichtete Produktdaten unerlässlich. Sie ermöglichen es Unternehmen, individuelle Erlebnisse zu schaffen und so die Kundenbindung zu erhöhen und den Umsatz zu steigern.

### Warum Personalisierung wichtig ist

- **Erhöhte Relevanz:** Personalisierte Inhalte und Empfehlungen spiegeln die individuellen Vorlieben und Bedürfnisse der Kunden wider und erhöhen damit die Relevanz von Marketing- und Verkaufsbotschaften.
- **Steigerung der Konversion:** Personalisierte Kundenerlebnisse führen oft zu höheren Konversionsraten, da Angebote und Inhalte spezifisch auf die Interessen und Bedürfnisse des Einzelnen zugeschnitten sind.
- **Förderung der Kundenbindung:** Indem man dem Kunden zeigt, dass man seine Vorlieben und Interessen versteht, kann man eine stärkere emotionale Bindung und Loyalität aufbauen.

### Einsatz von Produktdaten für die Personalisierung

- **Produkttempfehlungen:** Auf Basis von bisherigen Käufen, Suchanfragen oder Browsing-Verhalten können Kunden spezifische Produkte vorgeschlagen werden.
- **Zielgerichtete Werbung:** Mit Hilfe von Produktdaten können gezielte Werbekampagnen erstellt werden, die auf die Interessen und Vorlieben eines Kunden zugeschnitten sind.
- **Personalisierte Inhalte:** Abgesehen von Produkten können auch Inhalte wie Tutorials, Blogs oder Videos angepasst werden, um dem Kunden Mehrwert zu bieten.

### Herausforderungen bei der Nutzung von Produktdaten zur Personalisierung

- **Datenintegration:** Es ist notwendig, Produktdaten mit anderen Datenquellen wie dem Kundenverhalten, demographischen Daten oder Kaufhistorien zu kombinieren, um ein vollständiges Bild zu erhalten.
- **Datenschutz:** Bei der Sammlung und Nutzung von Kundendaten müssen immer Datenschutzvorschriften und -standards eingehalten werden.
- **Technologie und Analyse:** Die Personalisierung erfordert fortschrittliche Technologien und Analysemethoden, um die großen Datenmengen effektiv zu nutzen.



## Schlüsselstrategien für die Personalisierung

- Investieren in Technologie: Plattformen für Datenmanagement, Analyse und Automatisierung sind unerlässlich, um personalisierte Erlebnisse in großem Maßstab zu bieten. Tipp: Der Auswahlprozess inkl. Sammeln der Anforderungen ist hier eine kritische Stellschraube!
- Datenqualität: Die Personalisierung ist nur so gut wie die Daten, auf denen sie basiert. Eine kontinuierliche Überwachung und Verbesserung der Datenqualität ist entscheidend.
- Kundenfeedback: Es ist wichtig, ständig Feedback von Kunden zu sammeln und die Personalisierungsstrategien entsprechend anzupassen.

Durch die effektive Nutzung von Produktdaten zur Personalisierung können Unternehmen ihren Kunden relevantere und wertvollere Erlebnisse bieten. Dies stärkt nicht nur die Kundenbindung, sondern kann auch zu höheren Umsätzen und einem Wettbewerbsvorteil führen.

# → 9. Integration von Produktdaten in Omnichannel-Strategien

In der heutigen vernetzten Welt erwarten Kunden ein nahtloses Einkaufserlebnis über verschiedene Kanäle hinweg, sei es online, mobil oder im physischen Geschäft. Die Integration von konsistenten und genauen Produktdaten in alle Verkaufskanäle ist entscheidend für den Erfolg von Omnichannel-Strategien.

## Warum Omnichannel wichtig ist

- **Konsistente Kundenerfahrung:** Unabhängig davon, über welchen Kanal ein Kunde mit einem Unternehmen interagiert, erwartet er konsistente Produktinformationen und ein einheitliches Markenerlebnis.
- **Steigerung des Umsatzes:** Kunden, die über mehrere Kanäle einkaufen, geben oft mehr aus und zeigen eine höhere Markenloyalität.
- **Wettbewerbsvorteil:** Ein nahtloses Omnichannel-Erlebnis kann dazu beitragen, sich von der Konkurrenz abzuheben und Kundenbindung zu fördern.

## Herausforderungen bei der Integration von Produktdaten in Omnichannel

- **Datenkonsistenz:** Die Gewährleistung, dass Produktinformationen über alle Kanäle hinweg konsistent sind, kann technisch und organisatorisch herausfordernd sein.
- **Echtzeit-Updates:** Preisänderungen, Lagerbestände oder Produktaktualisierungen müssen in Echtzeit über alle Kanäle hinweg synchronisiert werden.

- **Kanal-spezifische Anpassungen:** Obwohl Konsistenz wichtig ist, erfordern verschiedene Kanäle möglicherweise spezifische Anpassungen, wie z.B. verschiedene Bildgrößen für Web und Mobile.

## Effektive Strategien für Omnichannel-Produktdatenintegration

- **Zentrale Datenquelle:** Ein zentrales System, wie ein Produktinformationsmanagement (PIM) System, das als Single Source of Truth dient, kann sicherstellen, dass Daten über alle Kanäle hinweg konsistent sind.
- **Automatisierung:** Tools und Plattformen, die die automatische Aktualisierung und Synchronisation von Produktdaten über verschiedene Kanäle ermöglichen, sind entscheidend.
- **Kanalübergreifende Teams:** Die Bildung von Teams, die für die konsistente Umsetzung von Produktdaten über verschiedene Kanäle verantwortlich sind, kann helfen, Silos zu vermeiden und eine einheitliche Strategie zu gewährleisten.

Omnichannel-Vertriebsstrategien sind in der modernen Handelslandschaft unverzichtbar. Die effektive Integration von Produktdaten in diese Strategien kann dazu beitragen, Kunden ein überzeugendes, kohärentes und nahtloses Einkaufserlebnis zu bieten, das ihre Bindung und ihren Umsatz steigert.

# → 10. Abbildung von Beziehungswissen

Ersatzteile spielen in vielen Branchen eine kritische Rolle, insbesondere in Bereichen, in denen Maschinen und Ausrüstungen einen wesentlichen Bestandteil des Geschäftsmodells ausmachen. Das Verständnis und die Abbildung von Beziehungswissen für Ersatzteile ist nicht nur für einen reibungslosen Betrieb, sondern auch für die Kundenbindung und -zufriedenheit entscheidend.

## **Aftersales und Service**

Die Nachbetreuung von verkauften Produkten, insbesondere im Bereich von Ersatzteilen, ist ein entscheidender Punkt für die Kundenzufriedenheit. Ein effizienter Aftersales-Service sorgt dafür, dass Kunden bei Ausfällen oder Defekten rasch Unterstützung erhalten:

- Das Verständnis darüber, welche Ersatzteile mit welchen Produkten kompatibel sind, ermöglicht einen schnellen und effizienten Service.
- Ein gut organisiertes Beziehungswissen kann dazu beitragen, Ersatzteile rasch zu identifizieren und zu liefern, wodurch Ausfallzeiten minimiert und Kundenbindungen gestärkt werden.

## **Predictive Maintenance**

Mit der fortschreitenden Entwicklung von Technologie und Datenanalyse wird die vorausschauende Wartung immer zugänglicher und wertvoller:

- Durch die Sammlung und Analyse von Daten können Unternehmen vorhersagen,

wann ein Teil wahrscheinlich ausfallen wird, und proaktiv handeln.

- Dies reduziert nicht nur Ausfallzeiten, sondern spart auch Kosten, da Reparaturen geplant werden können, bevor ein tatsächlicher Ausfall eintritt.
- Das Beziehungswissen hilft hierbei, zu verstehen, welche Ersatzteile in welchem Zeitraum und in welcher Frequenz ausgetauscht werden müssen.

## **Anleitungen und Technische Dokumentation**

Klare und präzise technische Dokumentationen und Anleitungen sind unerlässlich, wenn es um Ersatzteile geht:

- Sie stellen sicher, dass Ersatzteile korrekt identifiziert, bestellt und installiert werden können.
- Sie tragen zur Sicherheit bei, indem sie gewährleisten, dass Ersatzteile gemäß den Spezifikationen des Herstellers verwendet werden.
- Durch die Integration von Beziehungswissen in technische Dokumente können Benutzer schnell herausfinden, welche Teile sie benötigen und wie sie diese Teile am effizientesten einsetzen können.

Die effektive Nutzung und Darstellung von Beziehungswissen für Ersatzteile bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihren Service zu verbessern, Kosten zu senken und den Wert ihres Angebots zu maximieren. Es ist ein Bereich, der, wenn richtig angegangen,



erhebliche Vorteile sowohl für Unternehmen als auch für ihre Kunden bieten kann.

### **Ein Blick in die Glaskugel zur Zukunft von Produktdaten: Technologie und Innovation**

Während Produktdaten bereits heute eine zentrale Rolle in Marketing und Vertrieb spielen, werden fortlaufende technologische Entwicklungen und Innovationen deren Bedeutung und Anwendung weiter verstärken.

#### **Bedeutung technologischer Fortschritte**

- **Steigende Erwartungen:** Kunden erwarten in zunehmendem Maße personalisierte, interaktive und nahtlose Erlebnisse, die durch den Einsatz fortschrittlicher Technologien ermöglicht werden.
- **Wettbewerbsfähigkeit:** Unternehmen, die in der Lage sind, die neuesten Technologien effektiv zu nutzen, haben einen entscheidenden Vorteil gegenüber Wettbewerbern, die zurückbleiben.
- **Effizienz und Automatisierung:** Die Verwaltung und Nutzung von Produktdaten wird durch fortschrittliche Technologien vereinfacht und automatisiert, wodurch Ressourcen eingespart und Fehler reduziert werden können.

#### **Innovative Technologien und ihre Auswirkungen auf Produktdaten**

- **Künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen:** Diese Technologien können dazu verwendet werden, Produktdaten zu analysieren, Trends zu erkennen, Kunden vorlieben vorherzusagen und personali-

sierte Erlebnisse zu erstellen.

- **Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR):** Sie bieten die Möglichkeit, Produktdaten in immersiven, interaktiven Kundenerlebnissen darzustellen, etwa durch virtuelle Produktvorführungen oder interaktive Anleitungen.
- **Blockchain:** Kann die Authentizität, Herkunft und Transparenz von Produktdaten sicherstellen, was insbesondere in Branchen wie Lebensmittel, Luxusgüter oder Pharmazeutika von Bedeutung sein kann.
- **Internet der Dinge (IoT):** Vernetzte Geräte können in Echtzeit Produktdaten sammeln, senden und aktualisieren, wodurch neue Möglichkeiten für personalisierte Kundenerlebnisse und effizientes Datenmanagement entstehen.

#### **Vorbereitung auf die Zukunft**

- **Investition in Bildung und Schulung:** Es ist wichtig, dass Teams die notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse haben, um mit den sich ständig weiterentwickelnden Technologien umzugehen.
- **Partnerschaften und Zusammenarbeit:** Durch die Zusammenarbeit mit Technologieanbietern, Innovatoren und Branchenexperten können Unternehmen an der Spitze der technologischen Entwicklung bleiben.
- **Agile Ansätze:** Unternehmen sollten bereit sein, ihre Strategien und Ansätze regelmäßig anzupassen, um sich an das sich schnell verändernde technologische Umfeld anzupassen.

# Fazit

## **Ein optimistischer Blick in die Zukunft der Produktdaten**

Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, die beschriebenen Herausforderungen nicht als Hindernisse, sondern als Möglichkeiten zu sehen. Sie treiben Unternehmen dazu an, ihre Prozesse zu verfeinern, in neue Technologien zu investieren und ständig dazuzulernen.

## **Empfehlungen für einen erfolgreichen Start:**

1. Bildung zuerst: Investieren Sie in die Schulung und Weiterbildung Ihres Teams. Ein tiefes Verständnis für Produktdaten und die Technologien, die sie unterstützen, ist unerlässlich.
2. Schrittweise Vorgehen: Beginnen Sie klein und skalieren Sie nach und nach. Es ist nicht notwendig, alle Technologien und Strategien gleichzeitig zu implementieren. Konzentrieren Sie sich zunächst auf die dringendsten Bedürfnisse Ihres Unternehmens und bauen Sie von dort aus auf.
3. Datenqualität ist entscheidend: Bevor Sie in fortschrittliche Technologien und Strategien investieren, stellen Sie sicher, dass Ihre Grunddaten von hoher Qualität sind. Saubere, präzise und aktuelle Produktdaten bilden das Fundament aller zukünftigen Initiativen.

4. Innovation begrüßen: Seien Sie offen für neue Technologien und Ansätze. Die digitale Landschaft entwickelt sich ständig weiter, und Flexibilität kann einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellen.

5. Partnerschaften nutzen: Sie müssen nicht alles alleine machen. Partnerschaften mit Technologieanbietern, Datenexperten und Branchenkollegen können wertvolle Ressourcen und Know-how bieten.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Reise in die Welt der Produktdaten zwar herausfordernd ist, aber auch unglaublich lohnend sein kann. Mit dem richtigen Mindset, den richtigen Ressourcen und einer proaktiven Herangehensweise können Unternehmen nicht nur diese Herausforderungen meistern, sondern auch in einer datengesteuerten Zukunft florieren.

Ist dieses Whitepaper hilfreich für Sie? Geben Sie uns Feedback, was Ihnen gefallen hat und was aus Ihrer Sicht gefehlt hat.

[Hier Feedback per Mail geben](#)

# Über Kittelberger

Wir kümmern uns um die Daten und um die Ausgabe in verschiedene Kanäle. Und um die Prozesse.

Um große und kleine Website-Rollouts.  
Internationalisierung. App-Entwicklung.  
Schnittstellen-Programmierung.  
Produktdaten-Management.  
Media Asset Management. Betrieb und Hosting.  
Print-Automatisierung. Produkt-Fotografie.  
Design und UX. Und um noch vieles mehr.

Unser Portfolio und unser Wissen machen uns zu einem gefragten Partner für große und kleine Projekte rund um die digitale Transformation in Marketing und Sales.

Erfahren Sie mehr unter: [www.kittelberger.de](http://www.kittelberger.de)

