Kittelberger

Mehrsprachige Websites und Produktdaten: Herausforderungen in großen Unternehmen

Einleitung

In unserer globalisierten Welt spielen Websites und Produktkataloge eine entscheidende Rolle für den Erfolg großer Unternehmen. Internationale, mehrsprachige Websites mit umfassenden Produktinformationen sind der Schlüssel, um Kunden weltweit anzusprechen und eine breite globale Präsenz zu etablieren. Allerdings stehen Unternehmen bei der Verwaltung und Bereitstellung solcher digitalen Plattformen vor einer Vielzahl von Herausforderungen, die ihre Effizienz und Effektivität beeinträchtigen können.

Willkommen zu unserem Whitepaper, das sich mit den „10 häufigsten Problemen mit Websites und Produktdaten in großen Unternehmen“ beschäftigt. In diesem kleinen Leitfaden werden wir uns eingehend mit den zentralen Schwierigkeiten auseinandersetzen, auf die Unternehmen bei der Verwaltung ihrer internationalen Online-Präsenzen und Produktkataloge stoßen.

Von unvollständigen oder inkonsistenten Produktinformationen bis hin zu sprachlichen und kulturellen Barrieren - die Palette der Probleme ist vielfältig und komplex. Diese Herausforderungen können nicht nur die Kundenbindung und den Umsatz beeinträchtigen, sondern auch das Markenimage und die Reputation eines Unternehmens in verschiedenen Märkten gefährden.

Unser Whitepaper stellt nicht nur die Probleme vor, mit denen Unternehmen konfrontiert sind, sondern bietet auch umsetzbare Lösungen und bewährte Praktiken, um diese Hindernisse zu überwinden und eine nahtlose, effiziente Verwaltung ihrer Websites und Produktdaten zu gewährleisten.

Tauchen wir ein in die fesselnde Welt der internationalen Websites und Produktdatenverwaltung, um die zehn häufigsten Probleme zu identifizieren und Lösungen zu entdecken, die Ihnen helfen, das volle Potenzial Ihrer globalen Geschäftstätigkeiten auszuschöpfen.

1. Ineffizientes Produkt-informations-management

Problem:
Viele Unternehmen verwalten ihre Produktinformationen manuell oder über mehrere, voneinander getrennte Systeme. Dies führt oft zu fehlerhaften Daten und Inkonsistenzen, die sich negativ auf das Kundenerlebnis auswirken können. Im Worst Case hat das sogar rechtliche Auswirkungen: Wenn Produkt und Spezifikation nicht übereinstimmen, ist im Zweifel der Hersteller verantwortlich. Darüber hinaus sind manuelle Prozesse auf diesem Feld in Unternehmen häufig teuer und binden wertvolle Ressourcen und Know-how.

Lösung:
Eine zentralisierte Produktinformationsmanagement (PIM)-Lösung kann den Prozess der Datenerfassung, -bereinigung und -verteilung vereinfachen. Eine einheitliche und transparente Datenverwaltung führt zu höherer Datenqualität und Konsistenz, wodurch Kunden ein einheitliches Markenerlebnis geboten wird.

2. Komplexität der IT-Infrastruktur

Problem:
Unternehmen mit breiten Produktportfolios haben oft Schwierigkeiten, aktuelle und korrekte Informationen über alle ihre Produkte bereitzustellen. Dies führt oft zu Frustrationen bei den Kunden und kann das Vertrauen in die Marke beeinträchtigen. Hinzu kommen Anforderungen, die sich aus dem Markt ergeben: Branchenformate und Standard-Klassifizierungen wie ETIM, Proficlasse, ARGE, TecDoc oder Datanorm machen die Datenqualität und Vollständigkeit transparent und messbar – und führen im Zweifel zu direkten Nachteilen, wenn ein Unternehmen diese Standards nicht bedienen kann.

Lösung:
Eine PIM-Lösung, die die Mehrfachklassifizierung von Daten erlaubt und die Datenqualität misst, kann dabei helfen, Produktinformationen zu standardisieren und zu aktualisieren. Durch die zentralisierte Verwaltung von Produktinformationen können alle Teams auf die gleichen, aktuellsten Daten zugreifen, was zu einer verbesserten Datenkonsistenz und einem verbesserten Kundenerlebnis führt.

3. Schlechte Datenqualität

Problem:
Ungenaue, veraltete oder inkonsistente Daten können das Kundenerlebnis beeinträchtigen und das Image des Unternehmens schädigen. Darüber hinaus können schlechte Daten zu ineffizienten internen Prozessen und Fehlentscheidungen führen.

Lösung:
Die Implementierung einer robusten Datenqualitätsmanagement-Strategie kann sicherstellen, dass Produktdaten genau, vollständig und konsistent sind. Dazu gehört auch, die Datenflüsse für inhaltliche Änderungen und für neu-Anlagen von Produkten im Unternehmen genau unter die Lupe zu nehmen: Nur, wenn alle Verantwortlichen die Wichtigkeit von Datenqualität verstehen, wird eine nachhaltige Datenstrategie auch Früchte tragen.
Nicht zuletzt: Regelmäßige Datenüberprüfungen und -bereinigungen können dazu beitragen, Fehler frühzeitig zu erkennen und zu beheben. Im Idealfall wird dies außerhalb des Tagesgeschäfts als eigenes Projekt geplant.

4. Probleme mit der Produktsuche und Filterung

Problem:
Bei umfangreichen Produktkatalogen im Web kann es für Kunden schwierig sein, die gewünschten Produkte zu finden. Unzureichende oder ineffiziente Such- und Filteroptionen können den Kaufprozess verkomplizieren und Kunden davon abhalten, einen Kauf abzuschließen.

Lösung:
Durch eine verbesserte Produktsuche und intuitive Filterfunktionen können Kunden schneller und effizienter das finden, was sie suchen. Technologien wie Künstliche Intelligenz und Maschinelles Lernen können dabei helfen, personalisierte und relevante Produktempfehlungen zu generieren.
Viele Web- und Shop-Lösungen bieten darüber hinaus entweder Schnittstellen zu fertigen Suchlösungen oder basieren selbst auf Suchindizes, sodass Facettensuche oder andere Features kurzfristig umsetzbar sind.

5. Fehlende Mehrsprachigkeit bei Produktdaten

Problem:
Bei der Expansion in internationale Märkte ist es unerlässlich,Produktinformationen in verschiedenen Sprachen anzubieten.
Der Mangel an mehrsprachigen Produktinformationen kann dazu führen, dass Unternehmen wertvolle Kunden verlieren. Häufig sind dafür die Prozesse ursächlich:
Kein zentrales Translation Memory, keine Terminologie, keine Automatisierung.
Ein Mangel an dieser Stelle hemmt jede Skalierung, da ein Länder-Rollout dann zumeist mit viel manueller Arbeit vorbereitet werden muss.

Lösung: Die Implementierung eines mehrsprachigen Datenmanagementsystems kann sicherstellen, dass Produktdaten in allen relevanten Sprachen verfügbar sind. Dies ermöglicht eine breitere Reichweite und verbessert die Kundenerfahrung.

Um finanzielle Ressourcen einzusparen, kann hier eine automatische Anbindung an Übersetzungs-Büros oder direkt die Anbindung automatischer Übersetzungsdienste erfolgen. Darüber hinaus hilft es, die Prozesse richtig zu definieren: Wenn zum Beispiel die Sortimentszugehörigkeit eines Produktes früh bekannt ist, kann der Übersetzungsprozess dies berücksichtigen und z.B. nur Sprachen anfordern, die für das jeweilige Produkt auch gebraucht werden.

6. Probleme bei der Integration von Produktbewertungen und Rezensionen

Problem:
Viele Unternehmen haben Schwierigkeiten, Kundenbewertungen und -rezensionen auf ihren Websites zu integrieren. Dies kann dazu führen, dass wertvolle Kundenmeinungen und -feedback nicht genutzt werden. Zugleich sind, gerade im B2C Geschäft, Kundenbewertungen enorm wichtig in der Unterstützung von Kaufentscheidungen.

Lösung:
Durch die Implementierung von integrierten Bewertungs- und Rezensionsfunktionen können Unternehmen das Kundenfeedback verbessern und das Vertrauen in ihre Produkte stärken. Kundenbewertungen liefern wertvolle Einblicke, die Unternehmen dabei helfen können, ihre Produkte und Dienstleistungen zu verbessern. Viele dieser Lösungen bieten eigene Backends, leichtgewichtige Integrationen und zugleich die Mehrfach-Nutzung der generierten Inhalte an.

Durch eine entsprechende Incentivierung lassen sich User häufig dazu gewinnen, Bewertungen abzugeben.

7. Probleme mit der Darstellung und Funktion von Produktvarianten

Problem:
Die Darstellung von Produktvarianten und Auswahlmöglichkeiten ist oft unzureichend. Dies betrifft vor allem Produkte, die in verschiedenen Größen, Farben oder Ausführungen verfügbar sind. Wenn diese Variationen nicht klar und verständlich dargestellt sind, kann es für die Kunden schwierig sein, die gewünschte Produktversion zu finden und auszuwählen.

Lösung:
Durch eine ordentliche Datenstruktur, entsprechendes Webdesign und eine optimierte Benutzererfahrung (UX) lässt sich die Darstellung und Funktion von Produktvarianten verbessern. Dies könnte zum Beispiel durch klare und ansprechende Produktbilder zur Unterscheidung von Varianten, intuitive Auswahlmenüs und hilfreiche Produktfilter erreicht werden. Interaktive Elemente, wie ein Produktkonfigurator, können das Kundenerlebnis zusätzlich verbessern.

8. Unzureichende Nutzung von SEO in Produktseiten

Problem:
Viele Unternehmen nutzen die Möglichkeiten der Suchmaschinenoptimierung (SEO) auf ihren Produktseiten nicht vollständig aus. Dies führt dazu, dass ihre Produkte weniger sichtbar sind und sie potenzielle Kunden verlieren. Zu den gängigsten Problemen in internationalen Websites mit großem Sortiment zählen

- Fehlende oder falsche Auszeichnungen mit HREFLANG oder Canonicals
- Nicht-Ausnutzen von Möglichkeiten, die durch Beziehungswissen eigentlich vorhanden sind, z.B. SEO-Bildnamen, interne Verlinkungen, Nachfolgeprodukte usw.
- Tags werden nicht dynamisch auf Basis von Produktinhalten erzeugt

Lösung:
Durch die Implementierung von SEO-Best Practices auf Produktseiten können Unternehmen die Sichtbarkeit ihrer Produkte in Suchmaschinen verbessern. Dies umfasst sowohl technisches SEO (z.B. schnelle Ladezeiten, mobile Optimierung) als auch inhaltsbezogenes SEO (z.B. Keywords, Meta-Beschreibungen). Idealerweise wird dabei auch das Beziehungswissen und die Inhalte aus dem PIM-System genutzt, um Synergien zu heben und Konsistenz zu wahren.

9. Schwierigkeiten bei der Integration von Produktdaten mit E-Commerce-Systemen

Problem:
Die Anbindung von Produktdaten an E-Commerce-Plattformen kann komplex sein. Inkonsistente oder unstrukturierte Daten können zu Problemen bei der Produktanzeige und Preisgestaltung führen, was sich negativ auf das Kundenerlebnis auswirken kann. In der Folge werden oft aufwändige Importmechanismen gebaut, die bei jeder Datenänderung wiederum Kosten verursachen – und zudem steigt in der Regel die Aktualisierungszeit der Daten.

Lösung:
Die nahtlose Integration von PIM-Systemen mit der jeweiligen E-Commerce-Plattform ist ein Schlüsselfaktor für Effizienz und Skalierbarkeit. Konkret lässt sich dies erreichen, indem Quell- und Zieldatenmodell gut gegeneinander abgestimmt werden, während gleichzeitig darauf geachtet wird, über Mappings und Exportformate Synergien zu erzielen. Ziel ist im Zweifel dann eben nicht eine Definition auf Attributs-Ebene, sondern die Lieferung von Daten in einem Format das für die Ausgabe möglichst leicht zu verarbeiten ist.

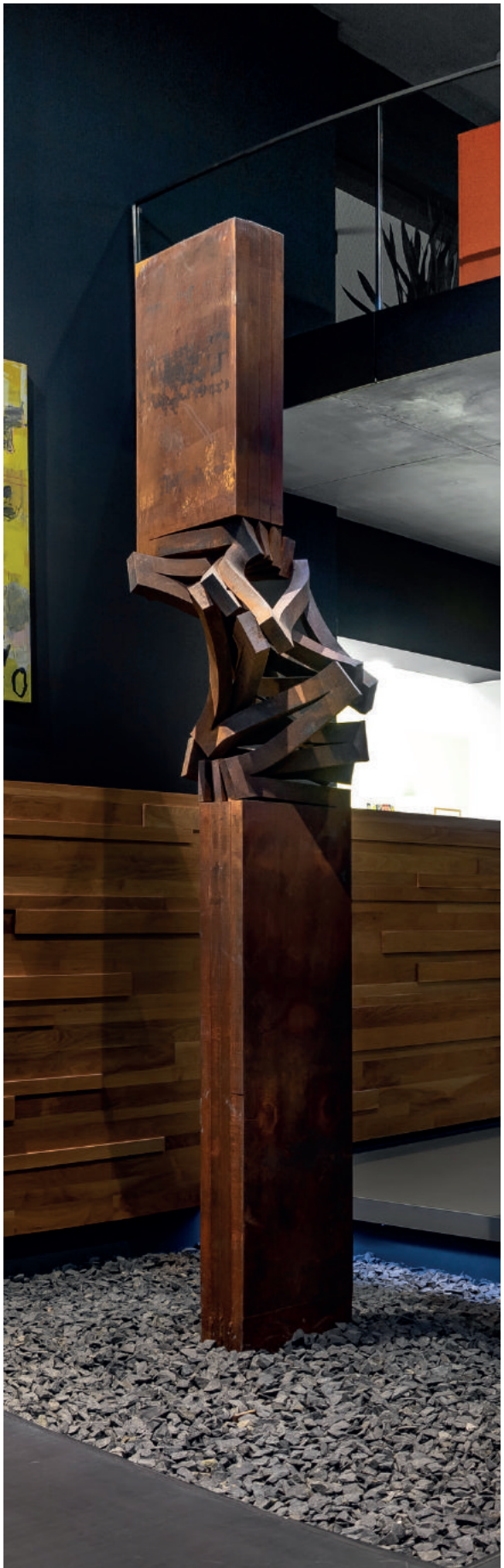
10. Mangel an personalisierten Produktvorschlägen

Problem:
Viele Unternehmen bieten ihren Kunden keine personalisierten Produktvorschläge. Dies kann dazu führen, dass sie Chancen für Cross-Selling und Up-Selling verpassen und weniger Umsatz erzielen.

Lösung:
Durch die Nutzung von Kundendaten und maschinellem Lernen können Unternehmen personalisierte Produktvorschläge erstellen. Darüber hinaus lassen sich erste Zuordnungen von Produktgruppen zu Nutzer-Segmenten bereits in den Produktdaten hinterlegen. Dies kann dazu beitragen, die Kundenzufriedenheit zu steigern, den Warenkorbwert zu erhöhen und die Kundenbindung zu verbessern.

Fazit

Ein reibungsloses Zusammenspiel zwischen Produktdaten und der Website ist von entscheidender Bedeutung, um ein optimales Einkaufserlebnis zu bieten. Indem Sie die häufigsten Fehler im Zusammenhang mit Produktdaten und Websites verstehen, können wir gemeinsam Maßnahmen ergreifen, um diese zu vermeiden und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Durch genaue und aktuelle Produktdaten, konsistente Produktbeschreibungen, hochwertige Produktbilder, korrekte Preise, optimierte Filter und Suchfunktionen, klare Verfügbarkeitsinformationen, umfassende Produktspezifikationen, effektive Produktsynchronisation, schnelle Ladezeiten der Produktseiten und die Einbeziehung von Kundenbewertungen stärken Sie das Vertrauen der Kunden und somit den Umsatz.



Über Kittelberger

Kittelberger media solutions hat langjährige Erfahrung in der Lösung dieser Probleme für große Industrie- und Handelsunternehmen. Mit unseren Leistungen im Bereich Web-Lösungen und Produktdatenmanagement unterstützen wir unsere Kunden dabei, ihre Online-Präsenz zu verbessern und effiziente und datengesteuerte Geschäftsprozesse zu etablieren. Kontaktieren Sie uns, um mehr zu erfahren und zu besprechen, wie wir Ihrem Unternehmen helfen können..

Erfahren Sie mehr unter: **www.kittelberger.de**

Das Besondere an uns?

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.

Jetzt mehr über unsere Web-Lösungen erfahren