

PIMCORE®

Own the Digital World

Productsup¹

PIM & Product Content Syndication für den Einzelhandel



Warum CMOs, CIOs, CTOs und Technikexperten auf Automatisierung setzen

Whitepaper

Inhalt

- I. Einführung3
- II. Überblick über Product Content Syndication 4
 - 1. Was ist Product Content Syndication
 - 2. Auswirkungen von PCS auf das Unternehmen
- III. Wozu dient Product Content Syndication?5
 - 1. Beschleunigter Handel vs. Channel Velocity
 - 2. Neue Geschäftsformen
 - 3. Verändertes Verbraucherverhalten
- IV. Anatomie der Product Content Syndication 6-7
- V. Manuelle vs. automatisierte Syndizierung8
- VI. Wie Product Content Syndication den Umsatz steigert 9
- VII. Warum Sie Pimcore & Productsup als Partner für Ihre Product Content Syndication wählen sollten ...10-11



I. Einführung

Im Einzelhandel dreht sich alles darum, mehr Umsatz zu erzielen. Aber niemand hat ein Wundermittel, mit der man dieses Ziel über Nacht erreicht. Es bedarf einer bewussten und konsequenten strategischen Anstrengung in allen Bereichen: von Produktvermarktung, Marketing und Vertrieb über betriebliche Effizienz und Kundenservice bis hin zur Lieferung. Außerdem gilt es, die Sichtbarkeit Ihrer Produkte zu verbessern, damit sie an den Touchpoints mehr Kundeninteresse wecken und Ihren Umsatz ankurbeln. Deshalb ist eine umfassende Strategie für die Produkt- und Datensyndikation unverzichtbar. Die herkömmliche Form der Product Content Syndication wird obsolet. Neue Automatisierungsmethoden der Product Content Syndication führen zu einem erheblichen Anstieg der Nachfrage und zur Expansion von Produkten in der Omnichannel-Welt.



PIMCORE

Dietmar Rietsch
CEO und Mitbegründer

„Wie können Sie Ihr Onlinegeschäft ankurbeln und die starke Präsenz im digitalen Handel gewährleisten, die Sie benötigen, um im heutigen Einzelhandel bestehen zu können? Verschaffen Sie sich mit diesem Dokument einen schnellen Überblick und erleben Sie die Magie der Product Content Syndication.“



Productsup

Johann Hatt
CEO

„Produkte über eine Vielzahl von Kanälen hinweg so zu verwalten, dass die Inhalte personalisiert, aktuell und konsistent sind, ist außerordentlich schwierig. Wie können Unternehmen mit Hindernissen fertig werden, die sie daran hindern, ihren Kunden an jedem Touchpoint ein positives Markenerlebnis zu bieten? Erfahren Sie mehr darüber in diesem Kurzatgeber.“

II. Überblick über Product Content Syndication

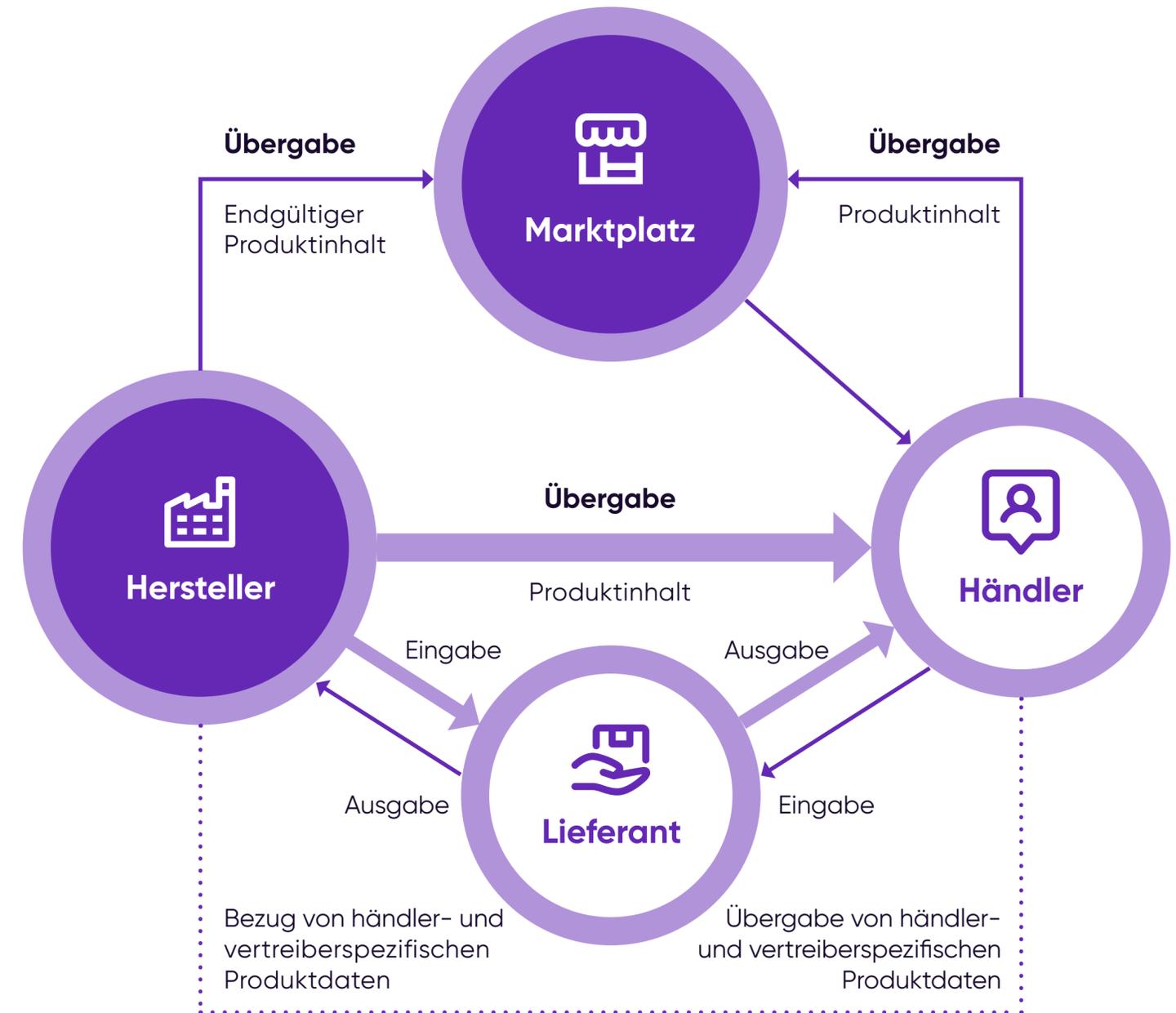
1. Was ist PCS?

Product Content Syndication (PCS) bezieht sich auf den Export von Produktdaten über mehrere kundenorientierte Kanäle, Marktplätze, Händler etc. hinweg. PCS liefert ein kohärentes und standardisiertes Verfahren, Daten intern zu erfassen, sie für jeden Touchpoint zu standardisieren und gemäß den Richtlinien und Qualitätsstandards des Unternehmens reibungslos zu veröffentlichen.

2. Auswirkungen von PCS auf das Unternehmen

Der Einzelhandel ist eine dynamische Branche mit vielen möglichen Zukunftsszenarien. Die akkurate Veröffentlichung und Synchronisierung von Produktinhalten mit Partnern auf der Vertriebsseite ist der Schlüssel zum Erfolg im Onlinehandel. Angesichts des Umfangs und der Menge der Produktinhalte ist dies manuell kaum zu schaffen. Ein robuster PCS-Mechanismus kann gute Dienste leisten, wenn es darum geht, kanalfähige Produktinhalte schnell und in großem Umfang zu verwalten und vorzubereiten. Er hilft Einzelhändlern auf verschiedene Weise, unter anderem durch:

- Konsistenz der Produktinhalte über alle Kanäle hinweg
- Veröffentlichung von Produktinhalten in Rekordzeit
- Fehlerreduktion und Verbesserung der betrieblichen Effizienz
- Höherer Umsatz mit hochwertigeren Produktinhalten
- Omnichannelhandel zum Ausbau des Geschäfts



III. Wozu dient Product Content Syndication?

1 Beschleunigter Handel vs. Channel Velocity

Jeden Tag werden neue Produkte auf den Markt gebracht, und es entstehen neue Kanäle. Daher müssen die Produkte über alle Branchen und Kanäle hinweg stets aktuell und verfügbar sein. Außerdem verändern kontinuierliche Innovationen in Kanälen für Kunden ganze Branchen.

Jetzt werden Produkte und Dienstleistungen digital revolutioniert und mit der Cloud verknüpft. Solche Szenarien haben dazu geführt, dass sich Art und Umfang des Handels der Branchen verschoben haben. Heute stammen Einnahmen aus digitalen Produkten und Dienstleistungen, nicht aus digitalem Handel oder E-Commerce. Den Unternehmen stehen mehr Kanäle und mehr Handlungsoptionen offen.

2 Neue Geschäftsformen

Die meisten Branchen werden in den nächsten zehn Jahren durch die Anwendung digitaler Technologien und Methoden auf Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle einen digitalen Wandel durchlaufen. Unternehmen sind gezwungen, digitale Produkterweiterungen zu entwickeln, um auf neue Märkte zu expandieren, neue Geschäftsmodelle zu ermöglichen, die Widerstandsfähigkeit des Unternehmens zu erhöhen und sich auf Wachstum vorzubereiten.

Die zunehmende Herausforderung für Unternehmen besteht darin, bei der Einführung digitaler Kompetenzen an der Nahtstelle zwischen traditionellem und digitalem Geschäft das richtige Tempo und die richtige Reihenfolge festzulegen. Heute benötigen viele Unternehmen eine immer höhere Produktpräsenz auf allen Kanälen, um auf dem Markt zu bestehen.

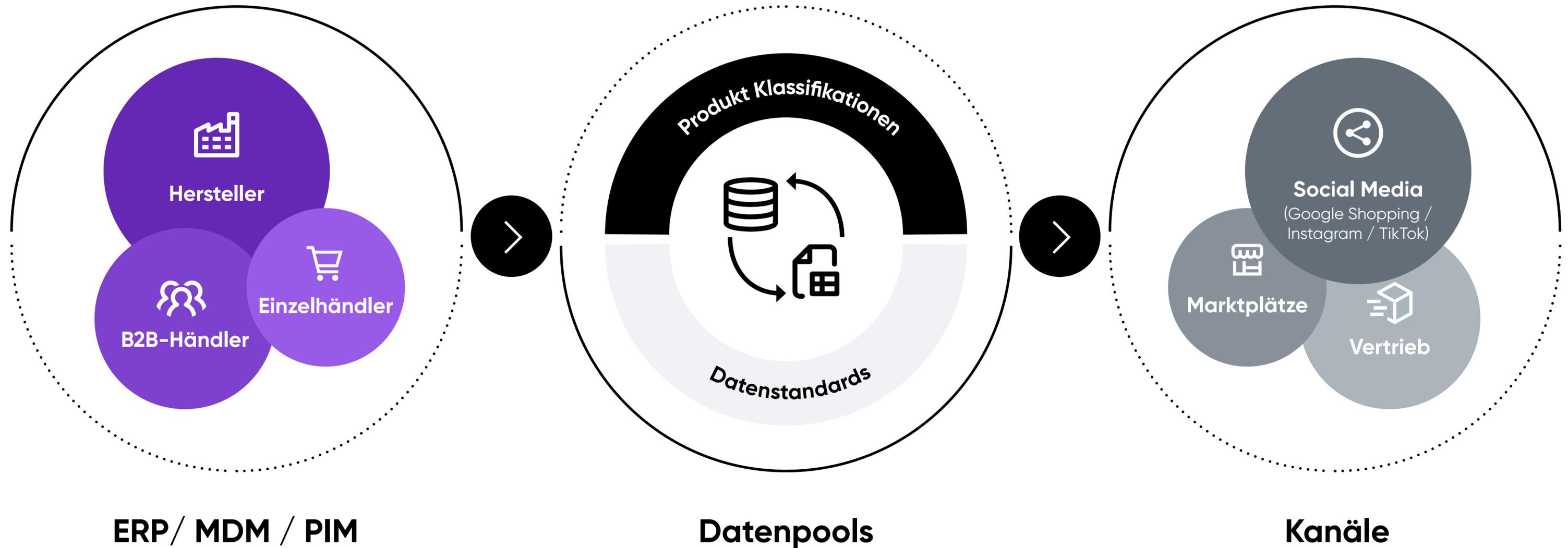
3 Verändertes Verbraucherverhalten

Anders als in der Ära der administrativen IT-Effizienz kann es heute kein Patentrezept für den Umgang mit Verbrauchern mehr geben. Das liegt daran, dass Unternehmen stets danach streben, aktuelle Kundenerwartungen zu übertreffen. Die Kunden erwarten genaue und aktuelle Produktinformationen auf allen Kanälen und zu jeder Zeit, unabhängig davon, wo sie sich gerade aufhalten.

Jeder Mitbewerber startet von einem anderen Ausgangspunkt aus, und wird versuchen, sich zu profilieren, indem er ein wenig anders oder einzigartig ist.

Unterlässt er dies, so kann sich das negativ auf den Markenwert und den Gesamtumsatz des Unternehmens auswirken. Es ist deshalb unerlässlich, das Angebot aus der Sicht des Kunden immer im Blick zu behalten, und Produkte über verschiedene Kanäle hinweg zu verkaufen.

IV. Anatomie der Product Content Syndication



IV. Anatomie der Product Content Syndication



Datenquellen

Hersteller legen ihre Produktdaten im Allgemeinen in einem ERP-, MDM- und/oder PIM-System ab. Ebenso stellen Händler oder Einzelhändler Produktdaten in ihr ERP-, MDM- und/oder PIM-System ein. In der Regel stimmen die Datenstandards, die Taxonomie, das Format und die Struktur dieses Produktinhalts in den Datenquellen von Herstellern und Händlern nicht überein. Dies muss bei der kanalübergreifenden Product Content Syndication berücksichtigt werden.



Datenpools

Dies ist eine der Methoden zur Product Content Syndication zwischen Herstellern und Händlern. Die bekannteste Methode ist das Global Data Synchronization Network (GDSN), das von GS1 mit Hilfe von Datenpool-Anbietern betrieben wird. Auf diese Weise folgen Vertriebspartner und Händler der gleichen Klassifizierung, Taxonomie und Struktur für eine Gruppe von Produkten (z.B. Datenpools für Lebensmittel und Getränke) und ihren häufigsten Attributen, die in einer bestimmten Region und Branche Verwendung finden.



Marktplätze

Sie sind die am schnellsten wachsenden Bereiche im Onlinehandel. Die beliebtesten Marktplätze sind Amazon, Walmart, Alibaba und eBay. Der Verkauf auf Marktplätzen bringt jedoch zusätzliche Probleme bei der Synchronisierung von Bestellungen, die auf mehreren Plattformen aufgegeben wurden, bei der Bestandsverwaltung und bei der Bestellabwicklung mit sich. Händler stellen Informationen zu den Produkten zur Verfügung, die sie auf einem Marktplatz verkaufen. Jeder Marktplatz hat seine eigenen Anforderungen an die Art und Weise, wie Produktinformationen hochgeladen werden sollten. Dazu gehören die benötigten Datenelemente, die geforderte Taxonomie und die Datenstandards sowie die Methode der Datensyndikation.



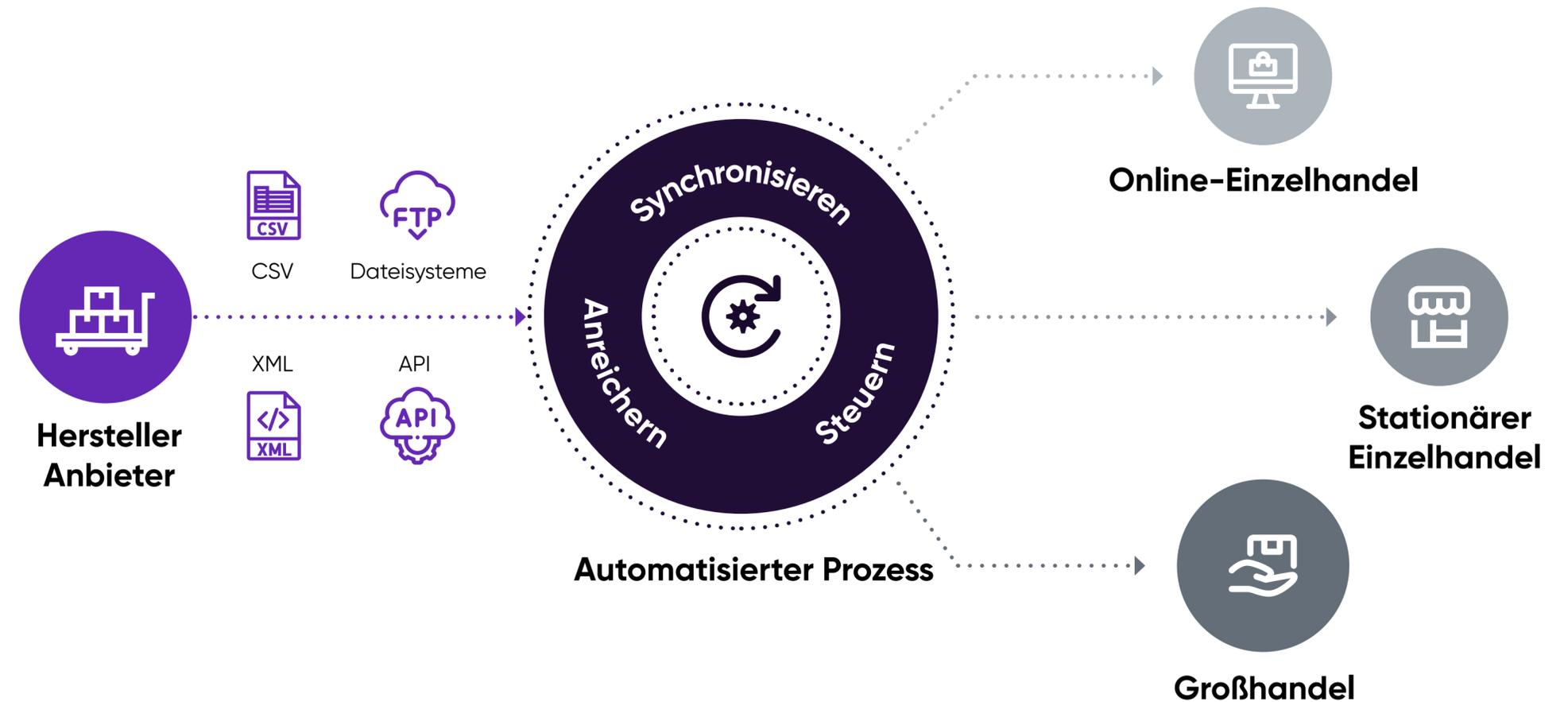
Absatzkanäle

Das Kaufverhalten der Verbraucher ändert sich schnell, daher müssen Einzelhändler ihre Vertriebsprozesse kundenorientiert gestalten. Die Vertriebskanäle werden ebenfalls erneuert, um die entsprechenden Vertriebsfunktionen einzubeziehen und den neuen Einkaufsgewohnheiten der Verbraucher gerecht zu werden. Diese Vertriebskanäle erfordern ein genaues und aktuelles Produktfeed-Management, wie z.B. Google Shopping und mehr, um Verbraucher zum Kauf eines Produkts zu bewegen.

V. Manuelle vs. automatisierte Syndizierung

Der manuelle Weg der Produktdatensyndizierung ist kostspielig und zeitaufwändig. Je mehr Arbeit Sie zu bewältigen haben, desto mehr Mitarbeiter brauchen Sie dafür. Wenn Sie alles von Hand in die Vorlagen für Einzelhandels-Websites hineinkopieren, kann dies fehleranfällig und schwer skalierbar sein. Einzelhändler müssen Kosten in kundenbezogenen Bereichen strategisch optimieren. Manuelle Produktdatensyndizierung ist mit Strategien zur Kostenoptimierung, zur Verbesserung der Kundenerfahrung und zum Ausbau des digitalen Geschäfts kaum vereinbar.

Die meisten Einzelhändler konzentrieren sich auf die Automatisierung des Produktdaten-Syndizierungsprozesses. Mit automatisierter Syndikation können Sie die Aufmerksamkeit von Kunden über viele Märkte und Kanäle hinweg gewinnen. Außerdem können Sie hochwertige Produktkataloge mithilfe integrierter Kanalvorlagen, Analysetools, integrierter APIs und vielem mehr erstellen und syndizieren. Darüber hinaus analysieren automatisierte Mappingprozesse eingehende Daten unverzüglich und verknüpfen sie mit dem entsprechenden kanalspezifischen Attribut. Es empfiehlt sich jedoch, für die Syndizierung von Produktdaten eine End-to-End-Lösung zu verwenden, um die Geschäftsabläufe zu automatisieren. So können Sie Änderungen ganz einfach von Ihrer PIM-Plattform aus vornehmen und die neuen Aktualisierungen sofort in den gewünschten Formaten an Ihre Einzelhandelfilialen und Partner weitergeben.



VI. Wie Product Content Syndication den Umsatz steigert



Beschleunigen Sie Ihre Time-To-Market

Bei der Syndizierung von Produktinhalten müssen Sie sich mit den jeweils einzigartigen, komplexen und sich ständig ändernden Feed-Vorgaben der einzelnen Kanäle auseinandersetzen. Ein automatisierter Prozess zur Syndizierung von Produktinhalten eliminiert Fehler jeglicher Art und formatiert kanalgerechte Kataloge automatisch und in großen Mengen. So können Sie Ihre Produkte zum richtigen Zeitpunkt und auf die richtige Weise auf den Markt bringen.



Sparen Sie teure Ressourcen

Durch einen effizienten und stabilen Prozess können Sie Ihre Gemeinkosten senken. Sie können Produktdaten und umfassende Produktinhalte schnell und zuverlässig an mehrere Vertriebs- und Marketingkanäle weitergeben. Dadurch arbeitet Ihr Team schneller, erreicht mehr und spart Ressourcen.



Vertrauen und Loyalität aufbauen

Sie können jederzeit umfassende, akkurate und gezielte Produktinformationen über alle Kontaktpunkte hinweg gewährleisten. Dies ermöglicht es den Kunden, unabhängig vom Produkt oder der Kombination von Produkten und Dienstleistungen nahtlos und ohne Probleme oder Verzögerungen Transaktionen innerhalb und zwischen den Kanälen durchzuführen.



Bauen Sie Ihr Geschäft aus

Ein Ende des Umbruchs im Einzelhandel ist nicht in Sicht. Einzelhändler sollten Strategien auf der Basis eines Szenarios der Stärke entwickeln, indem sie Technologie einsetzen, um dem Wunsch der Kunden nach von Menschen gestalteten und personalisierten Erlebnissen und Transaktionen nachzukommen. Eine solide Strategie zur Syndizierung von Produktdaten ermöglicht Ihnen eine schnelle Anpassung an neue Kanäle, Technologien und Verbrauchergewohnheiten.



Mehr geschäftliche Flexibilität

Da die Zukunft noch ungewiss ist, können Einzelhändler Störungen dadurch antizipieren und ihnen zuvorkommen, dass sie sich auf verschiedene Marktszenarien einstellen. Einzelhändler können PDS-Strategien auf der Basis eines Szenarios der Geschicklichkeit entwickeln, um neue Möglichkeiten zu schaffen, mit Kunden in Kontakt zu treten, die zunehmend einen dialogischen Stil der Interaktion über alle Kanäle hinweg erwarten.

VII. Warum Sie Pimcore & Productsup als Partner für Ihre Product Content Syndication wählen sollten

Pimcore ist eine Open-Source-Plattform für Unternehmen zur Verwaltung von Daten und Erfahrungen. Ihre Module für PIM, MDM, DAM, CDP, DXP/CMS und digitalen Handel werden von Analysten wie Gartner und Forrester anerkannt. Über 110.000 Unternehmen weltweit, darunter Burger King, Audi und Sony, sind bereits Kunden des Unternehmens.

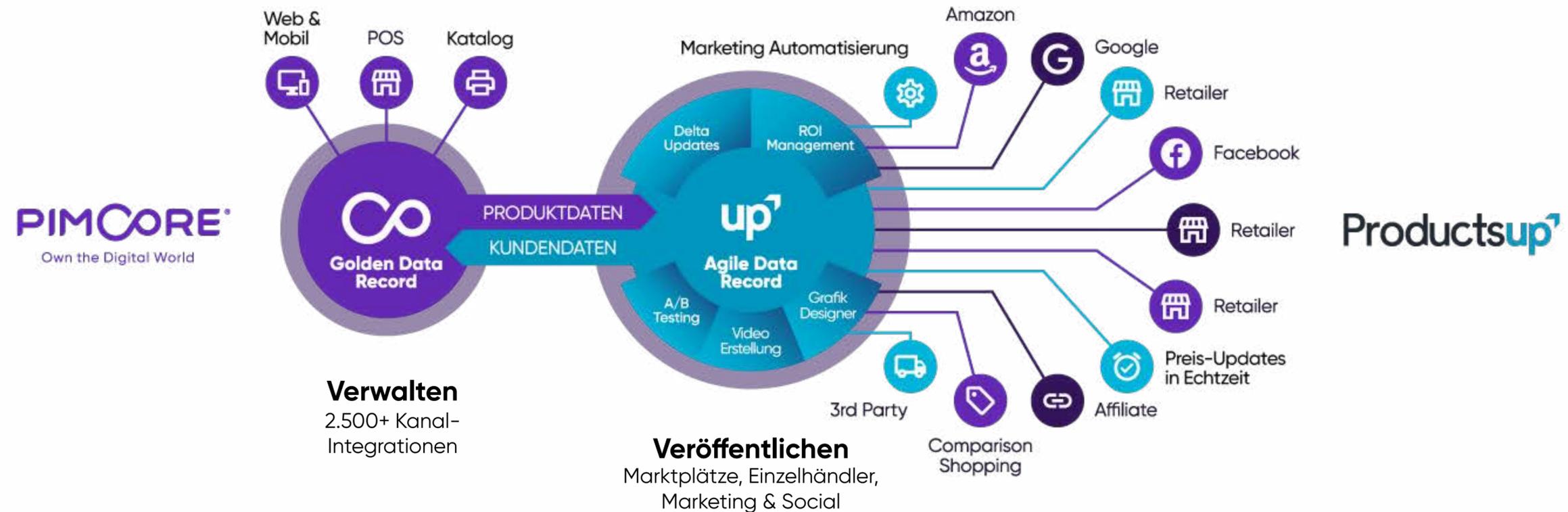
Gartner Cool Vendor Productsup unterstützt Pimcore's Product Content Syndication. Das preisgekrönte Unternehmen hilft Kunden wie IKEA, Beiersdorf, ALDI und Superdry, ihre Datensilos zu überwinden und ihre Produkte schneller auf den Markt zu bringen.

Productsup lässt sich nahtlos in Pimcore's Datahub integrieren und ist eine Erweiterung zu Pimcore's PIM für Unternehmen. Pimcore und Productsup ergänzen sich perfekt und ermöglichen es Ihnen, die richtigen Produktinformationen an immer mehr Kundentouchpoints zu liefern. Mit ihrer Hilfe können Sie sich auf alles vorbereiten, was die Zukunft bringen mag, und Ihr Geschäft global skalieren.

Die Kombination von Pimcore und Productsup bietet eine leistungsstarke Datenintegration, Standardisierung, Inhaltsanpassung, Produktdatenanpassung, Optimierung und Produktdatensyndizierung für mehr als 2.500 Vertriebskanäle sowie die Veröffentlichung auf Marktplätzen, im Einzelhandel, in Marketing- und sozialen Kanälen.



VII. Warum Sie Pimcore & Productsup als Partner für Ihre Product Content Syndication wählen sollten



Geschäftliche Vorteile:

- Erfassung und Standardisierung von Produktinhalten jeder Art und aus jeder Quelle, unabhängig vom Format
- Wandeln Sie Produkt-Rohdaten in strukturierte Produktkataloge um, die den spezifischen Anforderungen eines jeden Vertriebskanals entsprechen.
- Optimieren Sie Produktkataloge, um auf jedem Kanal und in jedem Markt maximale Leistung zu erzielen.
- Analysieren Sie die Leistung einzelner Kanäle und bereiten Sie wichtige Kennzahlen wie CPC, Klicks und andere KPIs grafisch auf.
- Veröffentlichen oder übermitteln Sie Produktkataloge an Marketing-, Einkaufs-, Einzelhandels- und Vertriebskanäle oder führen Sie eine individuelle Integration durch.

PIMCORE®

Own the Digital World

Pimcore und Productsup sind **Gartner Cool Vendors**, und werden von den Kunden auf **Capterra mit 5 Sternen** bewertet

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

Productsup⁷

Jedes Produkt hat seine
Geschichte.
Erzählen Sie Ihre.

200+
Team-
Mitglieder

800+
zufriedene
Kunden

Sitzt
in Berlin,
Deutschland

Productsup

Alex-Wedding-Straße 5,
10178 Berlin
+49 30 60985355

cloudinfo@productsup.com



www.productsup.com