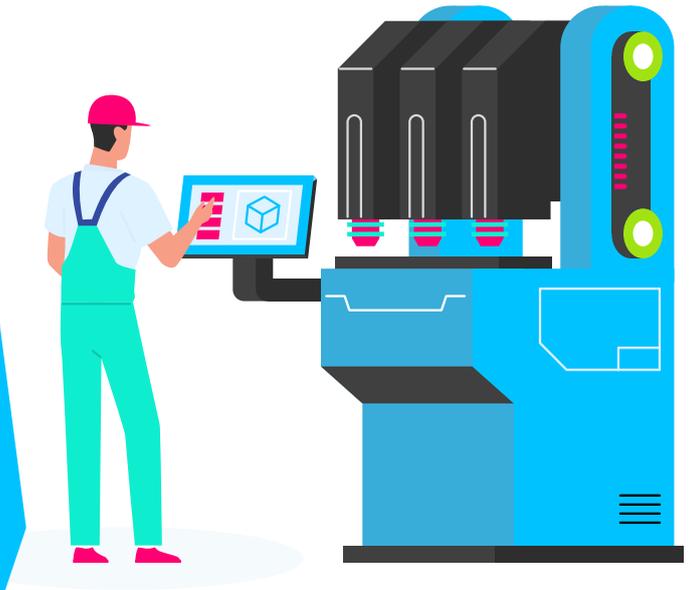
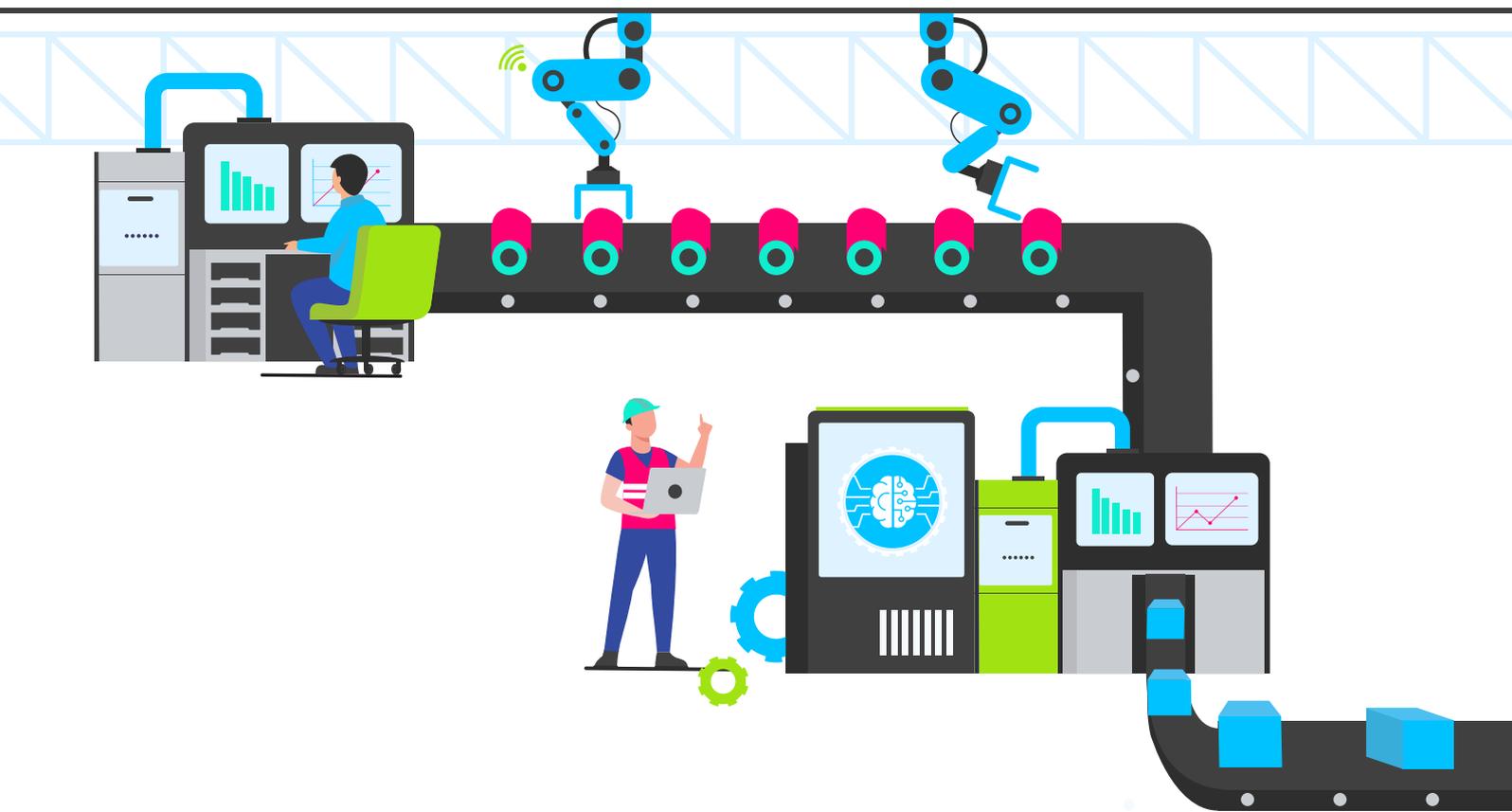


Pocket Guide

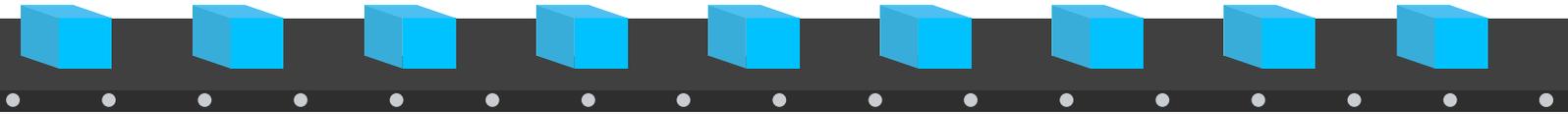
Der Sprung zum digitalen Datenmanagement







Ein Pocket Guide für Markenhersteller:
Meistern Sie die Digitalisierung Ihrer Produktdaten –
vom Handling bis zur Internationalisierung.



Fragen Sie sich das auch?

Wie schaffen wir es, dass unsere Produktinfos auf allen Kanälen übereinstimmen?

Wie können wir unsere Produkte schneller auf den Markt bringen?

Wie können wir unsere Kunden persönlicher ansprechen?

Wie bringen wir unsere Daten in einen Standard, z.B. ETIM und GS1?

Wie können wir unsere Produktinhalte mit unseren Vertriebspartnern teilen?

Wie schaffen wir es, unsere Produkte auch international erfolgreich zu vermarkten?

Wir haben viele Kaufabbrüche und Produktrücksendungen, was können wir dagegen tun?

Wie stellen wir uns gut für E-Commerce auf?

Wie vereinfachen wir es, unsere Produktdaten passend für unsere Kanäle zu erstellen?



Wir hören das oft!

Mit wachsenden Kundenanforderungen müssen Sie sich als Markenhersteller mit den unterschiedlichsten Fragestellungen beschäftigen. Wie verschaffen Sie sich einen digitalen Vorsprung?

Unser Pocket Guide bietet Ihnen:

- Praktische Unterstützung und wirkungsvolle Lösungsstrategien für Ihre Herausforderungen
- Einen 5-Punkte-Plan, wie Sie den digitalen Sprung meistern
- Best Practices von Electrolux, Vaillant, Chervon und Gorman-Rupp/Fill-Rite



Wir wissen, Sie sind herausgefordert...



... weil sich Marktanforderungen ständig verändern.

Marktgegebenheiten ändern sich mit dem Aufkommen neuer digitaler Kanäle, wechselnden Rahmenbedingungen und wachsenden Kundenanforderungen. Agieren statt Reagieren ist die Devise!

... weil Daten über viele Quellen verteilt vorliegen.

Daten – insbesondere Produktdaten – liegen teils unstrukturiert entlang der Supply Chain vor. Marktstandards für Klassifizierungen wie ETIM, GS1 und Co. sind nur schwer einzuhalten und Lokalisierungen aufwändig. Das muss sich ändern!

... weil die Kundenansprüche immer weiter steigen.

Passgenau auf Kundenbedürfnisse einzugehen und ein überzeugendes Produkterlebnis zu schaffen – ob B2C, B2B oder D2C – ist ein Muss! Und das entlang der gesamten Customer Journey. Fangen Sie bei den Produktinhalten an!

Challenge accepted: Finden Sie jetzt passende Lösungen!

Die notwendigen Lösungsstrategien



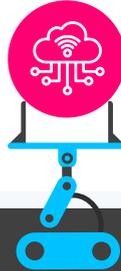
Zentrale Datenhaltung:

Damit Sie über alle Kanäle hinweg ein konsistentes Markenerlebnis schaffen können, benötigen Sie eine verlässliche Datenbasis, eine Single Source of Truth – zentral, jederzeit und überall erreichbar.



Automatisierung:

Um Produkterlebnisse effektiv, aber auch effizient zu optimieren, bedarf es zahlreicher Automationslösungen – von Mechanismen zur Sicherung der Datenqualität über KI-basierte Texterstellung und Übersetzung bis hin zu Daten-Mapping und umfassenden Workflows.



Cloud und Konnektivität:

Für reibungslose Datenflüsse, zuverlässige Verfügbarkeit, einfache Skalierbarkeit und optimale Arbeitsabläufe in Ihrem Unternehmen sind cloudbasierte Technologien und miteinander verzahnte Systeme unerlässlich.



Kunden im Fokus:

Dreh- und Angelpunkt für Produktentwicklung und -vertrieb sind die Anforderungen der Kunden. Sie bilden die Basis erfolgreicher Aktivitäten entlang der Customer Journey. Eine Analyse des Kunden- oder Kaufverhaltens macht es möglich, Ihren Kundenfokus immer weiter zu optimieren.

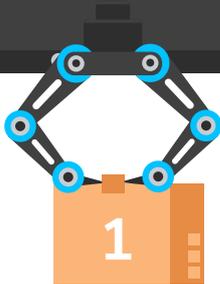


Kontext und Personalisierung:

Für eine optimale Customer Experience benötigen Sie weit mehr als konsistente Daten und effiziente Prozesse. Eine personalisierte und zum Kontext des Kunden passende Ansprache maximiert die Kundenbindung.

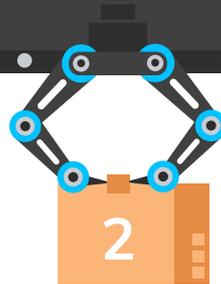
Diese Anforderungen sollte Ihre Software erfüllen!

Ihr 5-Punkte-Plan



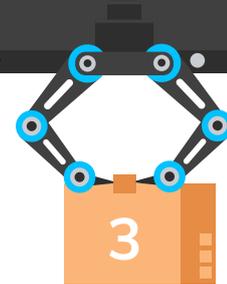
Werden Sie sich darüber klar, wohin die Reise gehen soll.

Was erwarten Sie kurz-, mittel- oder langfristig in der Unternehmensentwicklung? Wollen Sie wachsen, international expandieren, neue Zielgruppen ansprechen? Formulieren Sie eine klare Vision der Zukunft – nicht ohne dabei alle internen und externen Stakeholder mitzunehmen.



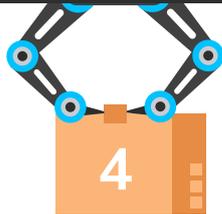
Erarbeiten Sie einen Business Case.

Führen Sie eine Soll-Ist-Analyse durch. Wo stehen Sie gerade? Welche Schmerzpunkte, Risiken und Chancen gibt es? Wie könnte eine passende technische Lösung dafür aussehen? Welche Optimierungspotenziale und Möglichkeiten für die Zukunft ergeben sich aus der Digitalisierung von Daten und Prozessen?



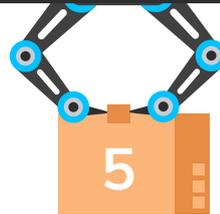
Evaluieren Sie die passende Lösung.

Welches sind Ihre Top-Problemfelder und technischen Anforderungen? Welches Budget haben Sie geplant? Was sagen Referenz-Kunden über die Anbieter und wie präsentieren sich diese und ihre Implementierungspartner im Vergleich? Mit wem fühlen Sie sich am wohlsten?



Implementieren Sie Software und Prozesse.

Binden Sie Ihre Mitarbeiter von Anfang an in den Change-Prozess ein. Prüfen Sie zudem: Wie sehen Ihre Daten und Prozesse aus? Macht es Sinn, sie so ins System zu übernehmen? Wenn nötig konsolidieren Sie Ihre Datenstrukturen und überdenken Sie bisher komplexe Abläufe. Der Blick von außen kann hierfür sehr hilfreich sein.

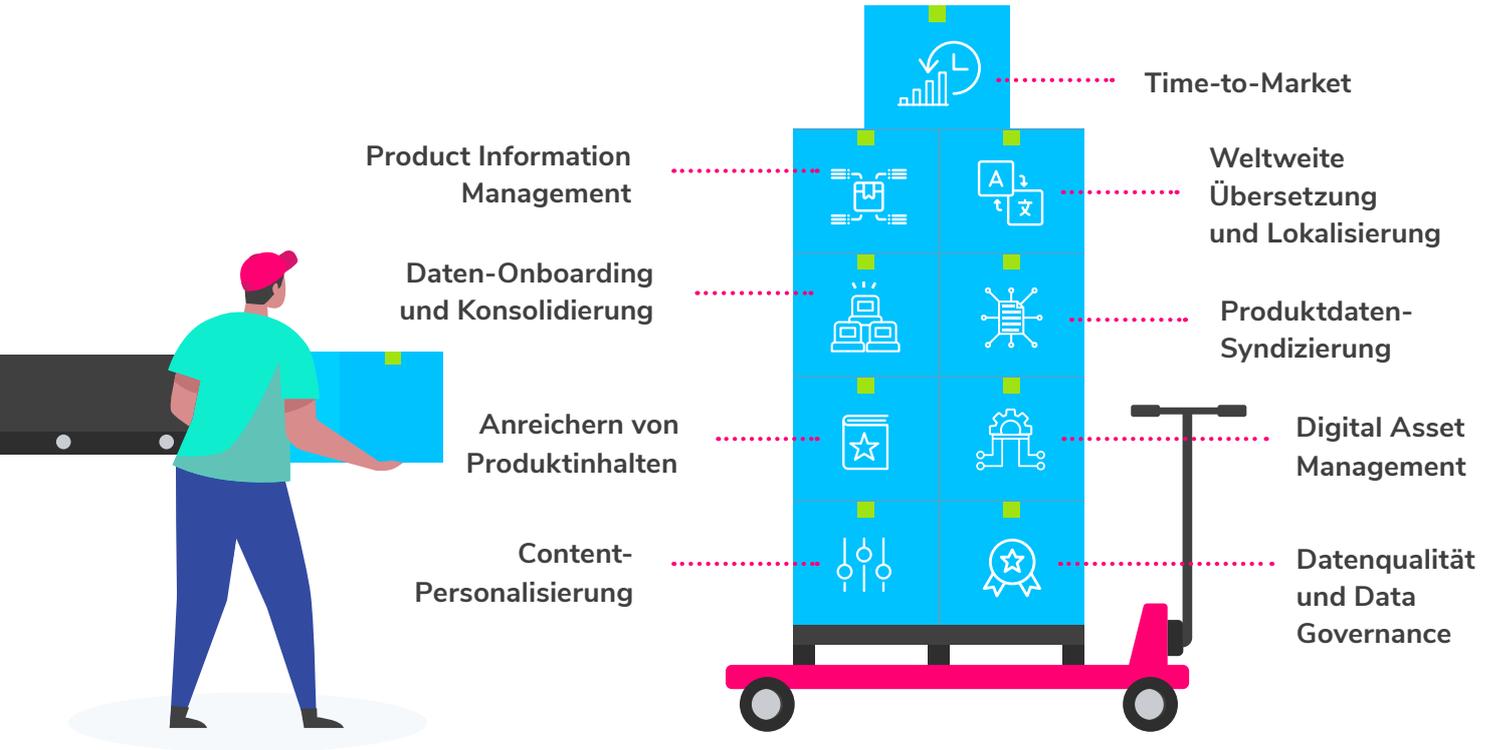


Optimieren und skalieren Sie Ihre Aktivitäten.

Ruhen Sie sich nicht auf der geschaffenen Basis aus. Nutzen Sie neue Möglichkeiten zur direkten, persönlichen Ansprache Ihrer Kunden. Analysieren und agieren Sie: Wie ticken Ihre Kunden? Was erwarten sie? Wo finden sie Ihr Unternehmen? Wie schaffen Sie zufriedene, loyale Kunden und letztendlich Markenführsprecher?



Product Experience Management: Die Lösung für Ihren digitalen Erfolg!



Mit SaaS zuverlässig in die Zukunft



Von den Erfolgen anderer lernen



Branche: Heizungs- und Klimatechnik

Challenge: Vielfältige Datensätze, komplexe Konfigurationsprodukte, umfangreiche Preisliste für Print- Online-Kataloge und E-Commerce global bereitstellen

Lösung: Zentrales PIM/DAM-System zur Unterstützung flexibler Datenmodelle und Klassifizierungen, effizienter Übersetzungsprozesse, hochautomatisierten

Publishings und Datenbereitstellung für E-Commerce und Produktkonfigurator.

Ergebnis: Enorme Beschleunigung sowie Einsparungen für lokalisierte Content-Ausgaben. Time-to-Market als auch Gesamtkosten wesentlich verringert

[Case Study lesen](#)



Branche: Pumpen und Pumpensysteme

Challenge: Veraltetes DAM-System und in Excel verwaltete, im gesamten Unternehmen verteilte Produktdaten. Ineffiziente, manuelle, redundante Prozesse zur Zusammenführung, Pflege und Bereitstellung von Produkt-Content

Lösung: Single Source of Truth zur Vereinfachung des Datenmanagements, Qualitätssicherung aller Daten,

Automatisierung von Abläufen zur Bearbeitung und Bereitstellung in alle Kanäle.

Ergebnis: Datenqualität massiv gesteigert. Effiziente teamübergreifende Zusammenarbeit. Self-Service für externe Partner. Skalierbarkeit für künftige Anforderungen insbesondere im E-Commerce.

[Case Study lesen](#)



Branche: Elektrowerkzeuge und -geräte

Challenge: heterogene internationale Systemlandschaft, Produktinhalte für verschiedene Marken und Regionen

Lösung: Implementierung einer zentralen Plattform, mit der Marketing-, Vertriebs- und Channel-Teams weltweit vielfältige Produktinformationen und digitale Assets

einfach finden, abrufen und über multiple Kanäle verteilen können

Ergebnis: Harmonisierung von 4 Marken und 2 Regionen (EMEA, Nordamerika)
45% weniger Lokalisierungsaufwand
dreimal schnellere Katalogerstellung

[Case Study lesen](#)



„Das Ausmaß der Veränderungen und die Geschwindigkeit, mit der wir sie vollziehen konnten, sind überwältigend... Wir nutzen die Plattform nun schon seit fast drei Jahren. Und wir sind immer noch sehr glücklich damit... Wir sind wirklich gespannt darauf, wie wir uns weiterentwickeln und neuen Anforderungen und Bedürfnissen in der Zukunft gerecht werden können.“

William McLaughlin
Digital Content Operations North America, Electrolux Group



Contentserv unterstützt Hersteller, Marken und Händler dabei, eine kontextualisierte und überzeugende Product Experience anzubieten, die ihre Kunden begeistert, die Vermarktung neuer Produkte beschleunigt und den ROI optimiert.

Erfahren Sie mehr unter
www.contentserv.com