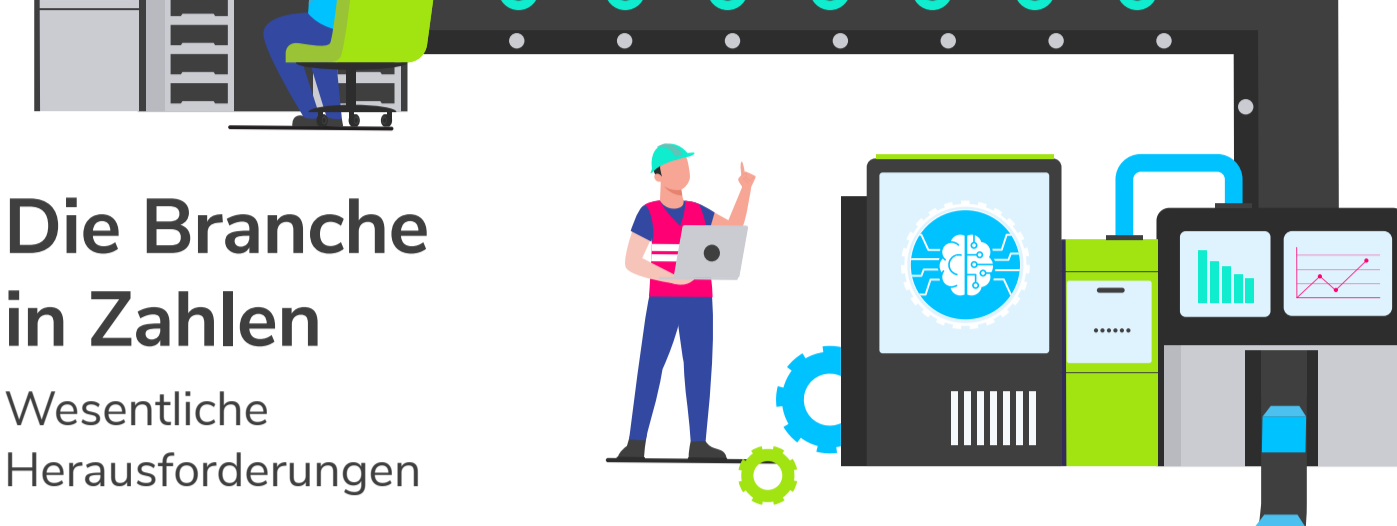




Markenhersteller im Jahr 2023 – ein Ansturm von Herausforderungen

Resilienz aufzubauen ist heute überlebenswichtig für Markenhersteller, die mit unterbrochenen Lieferketten, Bestandsengpässen und einem veränderten Verbraucherverhalten zu kämpfen haben. 95 % der Unternehmen glauben, dass die digitale Transformation den Schlüssel zum zukünftigen Erfolg bildet.



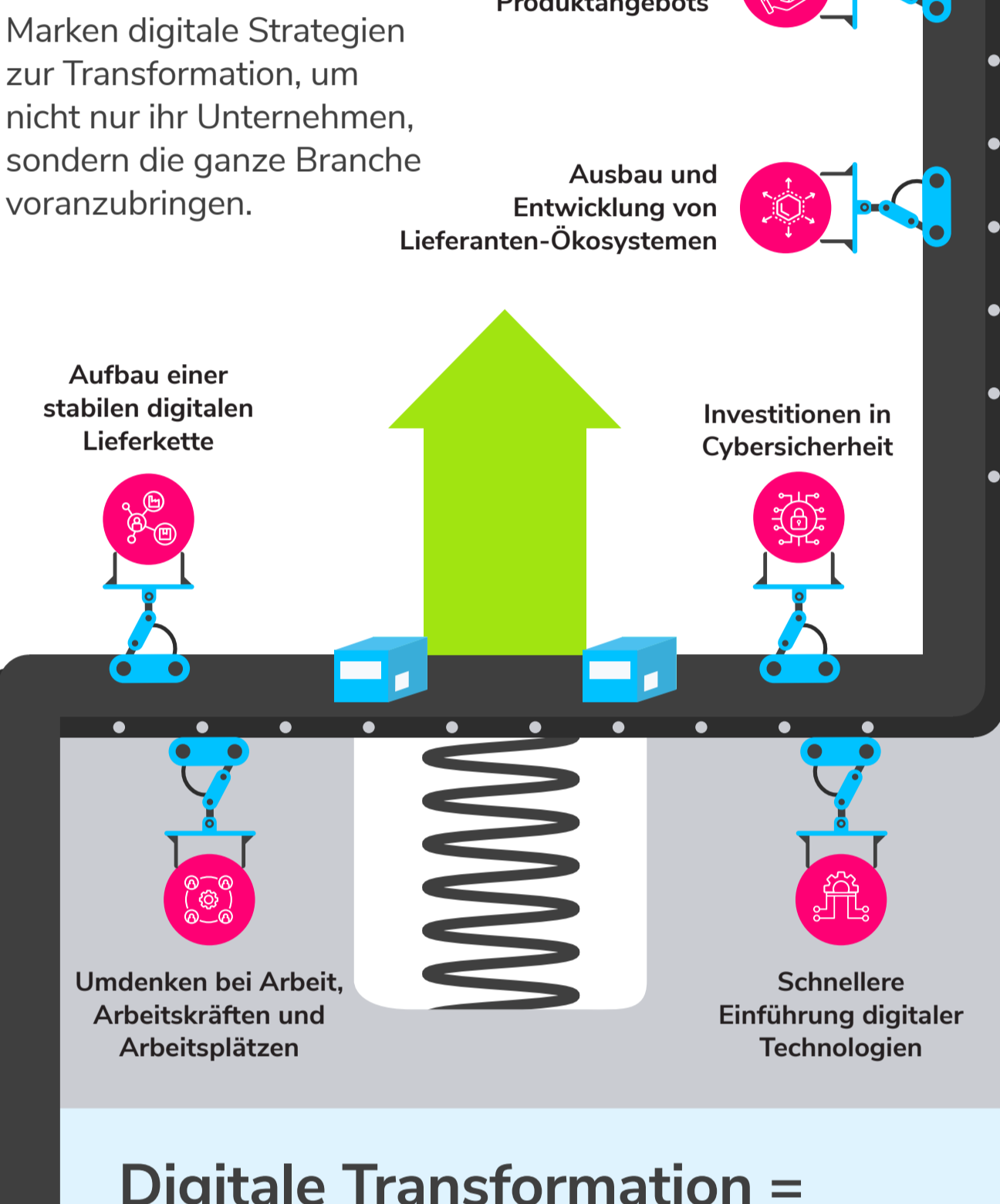
Die Branche in Zahlen

Wesentliche Herausforderungen

- 50,2%** Transport- und Logistikkosten
- 50,9%** Steigende Gesundheits-/Versicherungskosten
- 65,8%** Gewinnung und Bindung qualifizierter Arbeitskräfte
- 76,2%** Höhere Kosten für Rohstoffe und Materialien
- 31,8%** Schwächere Binnenwirtschaft und Produktabsätze
- 44,0%** Ungünstiges Geschäftsklima
- 48,7%** Herausforderungen in der Lieferkette für den Lagerbestand

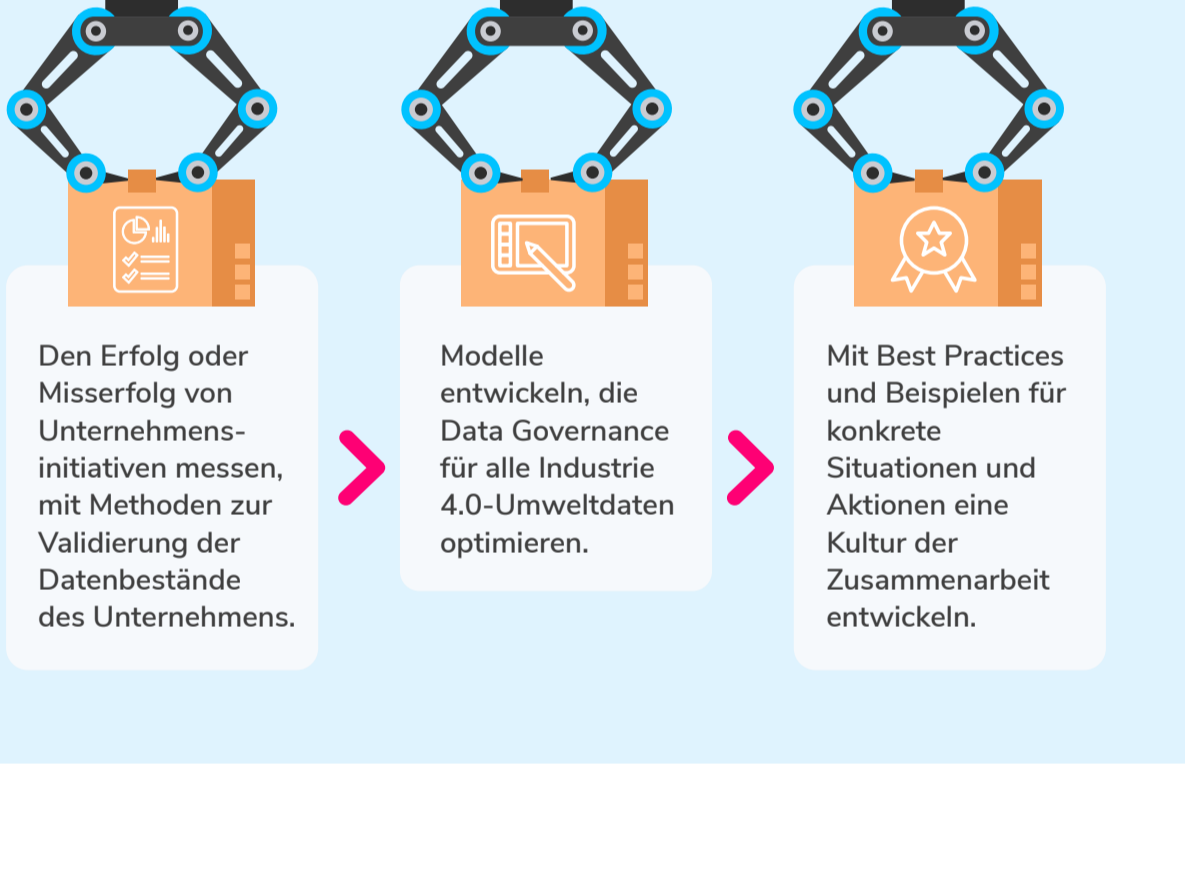
Wie Marken Resilienz zeigen

Für die Herausforderungen von heute brauchen Marken digitale Strategien zur Transformation, um nicht nur ihr Unternehmen, sondern die ganze Branche voranzubringen.



Digitale Transformation = Unternehmenstransformation

Laut Gartner müssen Marken, die sich transformieren wollen:



Daten spielen eine große Rolle für zukunftssichere Marken

Schnell wachsende Marken bevorzugen Technologien rund um die Erfassung und Analyse von Daten. Sie suchen nach Lösungen, die:



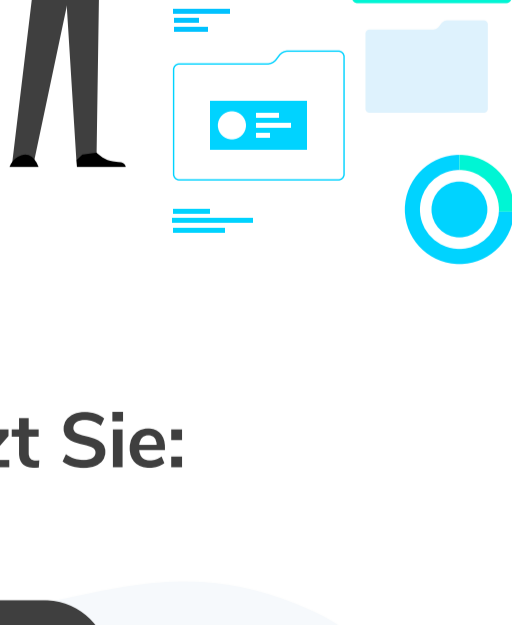
Product Experience Management für Markenhersteller

Der Erfolg der Unternehmenstransformation wird dadurch bestimmt, dass Marken die Erlebnisse ihrer Kunden mithilfe von Daten verbessern. Um Kunden ein ansprechendes Produkterlebnis zu bieten, müssen hochwertige Produktdaten bereitgestellt werden.



Optimieren Sie Ihren Produkt-Content-Prozess mit PIM von Anfang bis Ende

Bringen Sie neue Produkte schneller auf den Markt, stellen Sie Einzelhändlern und Distributoren Daten zur Verfügung und migrieren Sie Produktdaten auf neue B2B-E-Commerce-Plattformen.



Contentserv unterstützt Sie:

Gewährleisten Sie Präzision und Konsistenz: Syndizieren Sie Produktinhalte an Handelspartner oder Vertriebsnetze, um sie immer mit aktuellen Informationen zu versorgen.

Bieten Sie außergewöhnliche Produkterlebnisse: Liefern Sie personalisierte Produktinhalte, die auf den speziellen Interessen, Bedürfnissen und Kaufabsichten Ihrer Kunden basieren.

Konsolidieren Sie Ihre Daten: Managen Sie Produktdaten an zentraler Stelle, um Ihre Produktivität zu steigern, die Datenqualität zu erhöhen und das Change-Management voranzutreiben.

Verkürzen Sie Ihre Time-to-Market: Bringen Sie neue Produkte und Produkt-Updates dank automatisierter Prozesse und effizienter Zusammenarbeit schneller auf den Markt.

Bieten Sie umfangreiche Produktinhalte: Kontrollieren Sie Ihr Markenerlebnis, durch dynamische, korrekte und relevante digitale Inhalte an verschiedensten Touchpoints.

