



# VORTEILE VON **PIM**

PRODUKTINFORMATIONSMANAGEMENT ALS „SINGLE POINT OF TRUTH“

# VORTEILE VON PIM

## KÜRZERE TIME TO MARKET

Sämtliche Inhaltsbausteine stehen in einem PIM-System medienneutral zur Verfügung – seien es Marketingtexte, Bilder, Videos, technische Produktdaten oder auch Stammdaten wie Preise, Maße und Artikelnummern. Durch Ausgaberegeln und Vorlagen kann ein Mitarbeiter diese Daten einfach für beliebige Formate und Kanäle (Printkataloge, Webshops, etc.) verwenden. Die Medienplanung und -zusammenstellung, die früher meist Wochen in Anspruch genommen hat, geht so schneller vonstatten.

## VERMEIDUNG VON FEHLERN UND INKONSISTENZEN

Alle Ausgabemedien und Vertriebskanäle erhalten die benötigten Produktinformationen aus dem gleichen Datenpool. So ist sichergestellt, dass die Daten über alle Kanäle hinweg aktuell und konsistent sind. Änderungen der Quelldaten werden automatisch an allen betroffenen Stellen übernommen. Das Layout der einzelnen Produktansichten bleibt davon unberührt. Für viele Unternehmen ist die Vermeidung von Fehlern und Inkonsistenzen in Produktinformationen der wichtigste Vorteil.

## MASSIVE KOSTENEINSPARUNGEN

Ein PIM-System sorgt für eine effiziente Datenverwaltung und -verwendung. Die Aufbereitungsprozesse können – je nach Zielmedium und Anforderung – bis zu 100 Prozent automatisiert erfolgen und werden so enorm beschleunigt, genau wie Prozesse für Übersetzungen. Kataloge, Websites und Online-Shops, die bei der Veröffentlichung schon wieder veraltet sind, gehören der Vergangenheit an. Das Publizieren erfolgt „on-Demand“, was sich insbesondere in Kosteneinsparungen niederschlägt.

## OPTIMIERTE CUSTOMER JOURNEY

Ein Interessent, der verschiedene Produkte vergleicht, wird sich wahrscheinlicher eher für jenes entscheiden, das mit passenden Informationen seine Fragen beantwortet. Aktuelle und nutzbringende Produktdaten tragen so entscheidend zu einem positiven Einkaufserlebnis bei. Das wiederum führt zu einem Vertrauensvorschuss: Bei späteren Einkäufen wird der Kunde weniger Vergleiche mit Wettbewerbern anstellen und sich eher auf die bisherige Erfahrung verlassen.

