



MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM



eine Initiative von **SDZeCOM**

EINZIGARTIGE KUNDENBEZIEHUNG MIT PRODUCT EXPERIENCE MANAGEMENT (PXM)

MarktBlick – Strategische Umfragen

Aalen, 10. November 2022
SDZeCOM

EINZIGARTIGE KUNDENBEZIEHUNG MIT PRODUCT EXPERIENCE MANAGEMENT (PXM)

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZ.COM**



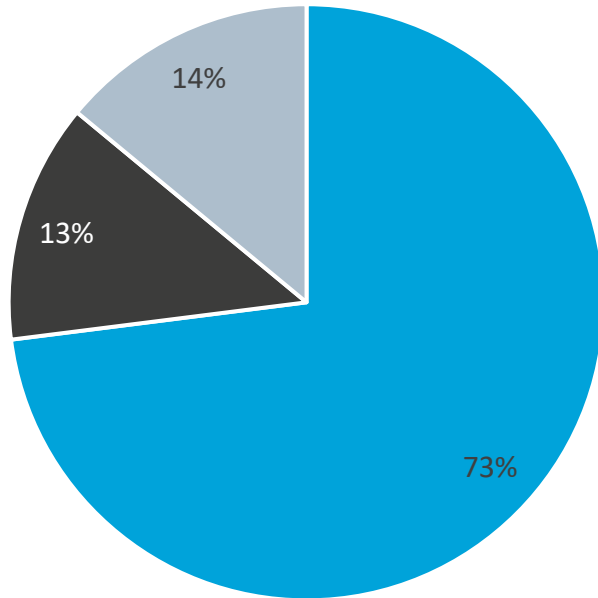
Product Experience Management (PXM) ist ein neuer qualitativer Ansatz in der Beziehung zu den Kunden. Dabei wird ein individuelles Kundenerlebnis durch relevante sowie kontextbezogene Produktinhalte geschaffen. Dieses personalisierte Kundenerlebnis findet an jedem Touchpoint der Customer Journey statt und basiert auf dem Standort, Kanal und Bedürfnis des Kunden.

Das PIM-System bildet als Datenverwalter die Grundlage und Product Experience Management dient als die Erweiterung von PIM. Damit wird eine emotionale Ebene in das Produkterlebnis mit eingeführt. Neben der optimalen Produktkommunikation liegt der Fokus nun zudem auf einer individuellen und zielgruppenspezifischen Kommunikation, die die gesamte Customer Journey optimiert.

Wohin geht die Reise aber jetzt im Product Experience Management, wie schätzen Unternehmen die Relevanz hierbei ein und wie sind sie aufgestellt?

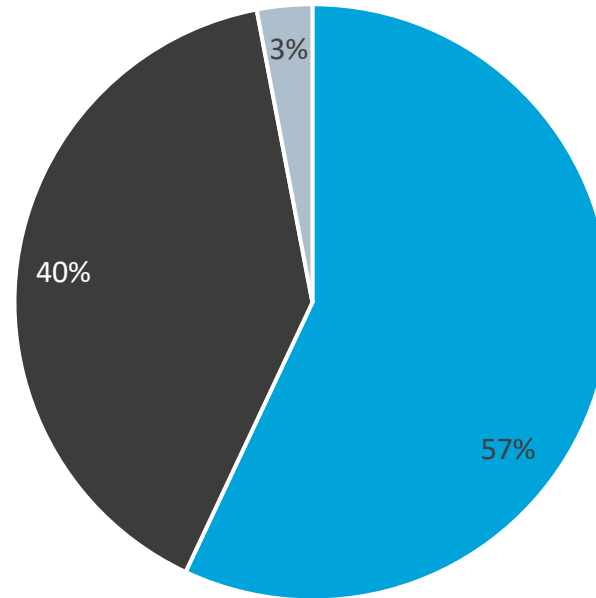


Branche



■ Hersteller ■ Händler ■ Beides

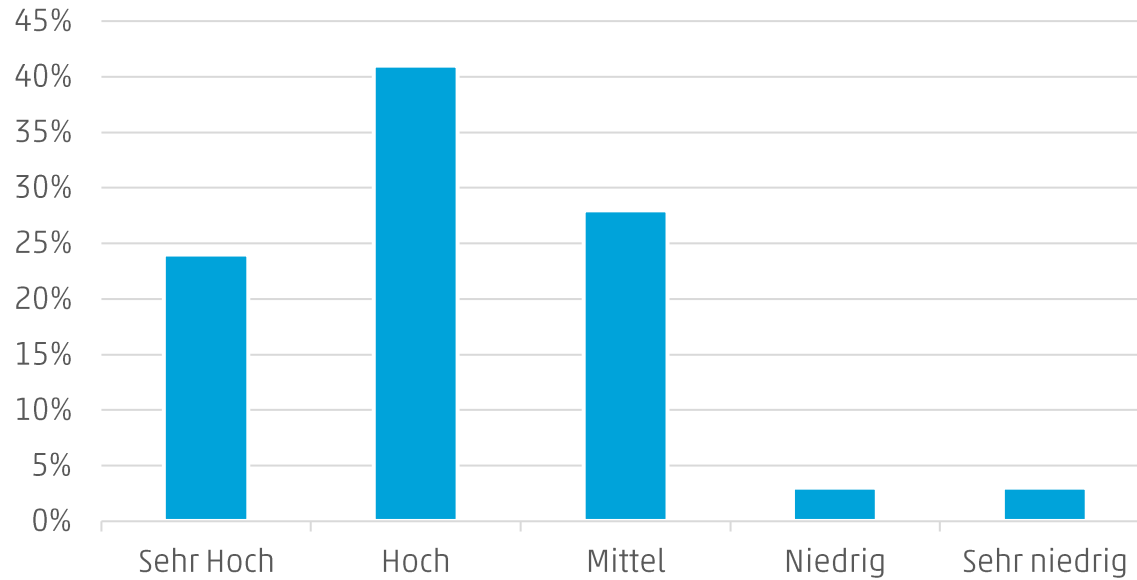
Vertriebsweg



■ B2B ■ B2B & B2C ■ B2C



Wie schätzen Sie die Relevanz von personalisierten Produktinformationen für Ihr Unternehmen ein?



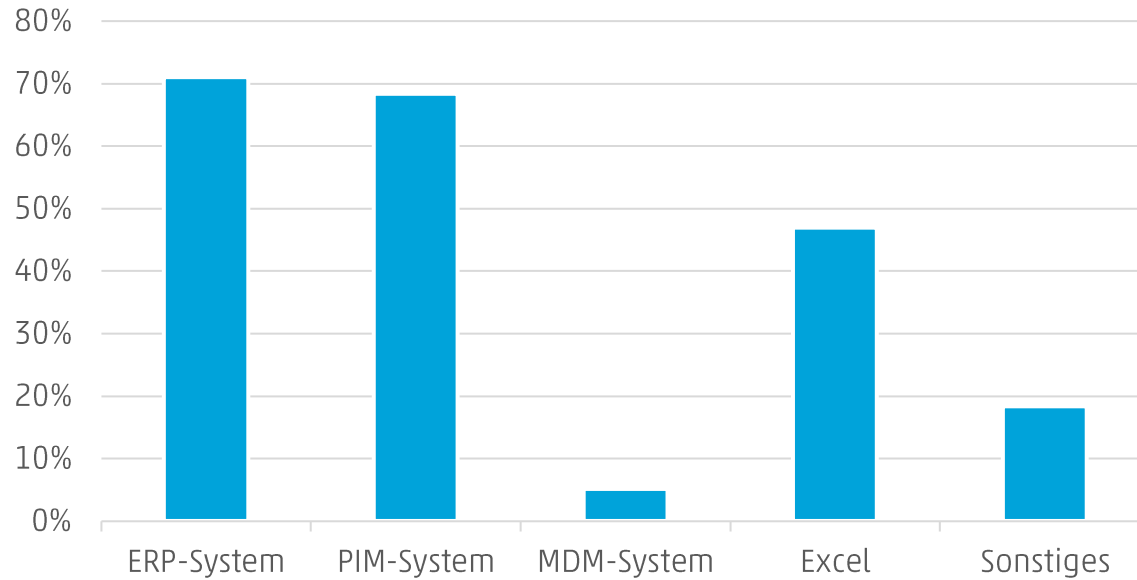


RELEVANZ VON PERSONALISIERTEN PRODUKTINFORMATIONEN

- > 73% der Unternehmen sind reine Hersteller und 13% sind Handelsunternehmen.
- > Mit 57% gibt die deutliche Mehrheit an, im B2B-Bereich tätig zu sein. 40% der befragten Unternehmen nutzen beide Vertriebswege, sowohl B2B und B2C.
- > Mit insgesamt sehr hoch bis hoch, bewerten 65% der Hersteller und Händler die Relevanz von personalisierten Produktinformationen. Dagegen sind 28% der Unternehmen mit der Bewertung einer mittleren Relevanz noch zurückhaltender.



Welche IT-Systeme/Software werden in Ihrem Unternehmen für die Verwaltung von Produktinformationen eingesetzt?



*Mehrfachantwort möglich

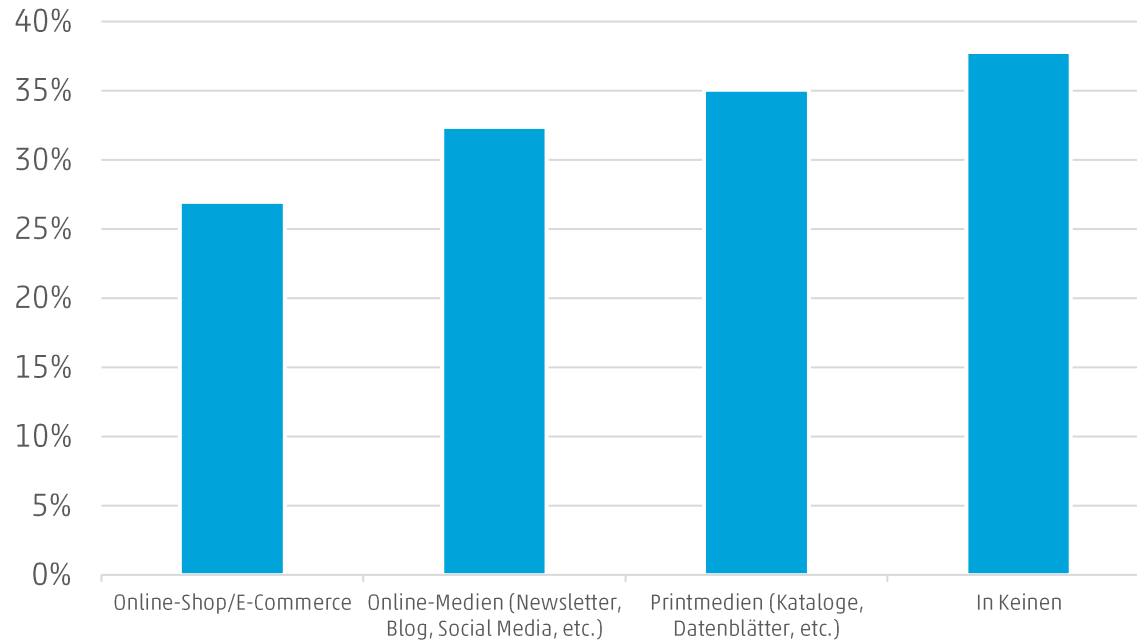


WELCHE IT-SYSTEME/SOFTWARE FÜR DIE VERWALTUNG VON PRODUKTINFORMATIONEN?

- > 71% der befragten Unternehmen setzen für die Verwaltung von Produktinformationen ein ERP-System, zusätzlich zu anderen Systemen/Software, ein. Gerade mal 3% geben an, ausschließlich ein ERP-System zu nutzen.
- > Mit 68,4% nutzen die Befragten unter anderem ein PIM-System. 13% davon verzichten dabei komplett auf die Nutzung eines weiteren Systems/Software.
- > Mit 47,3% gibt knapp die Hälfte der Unternehmen an, zusätzlich zu ihren IT-Systemen/Software mit Excel zu arbeiten.



In welchen Kanälen setzen Sie personalisierte Produktinformationen ein?



*Mehrfachantwort möglich

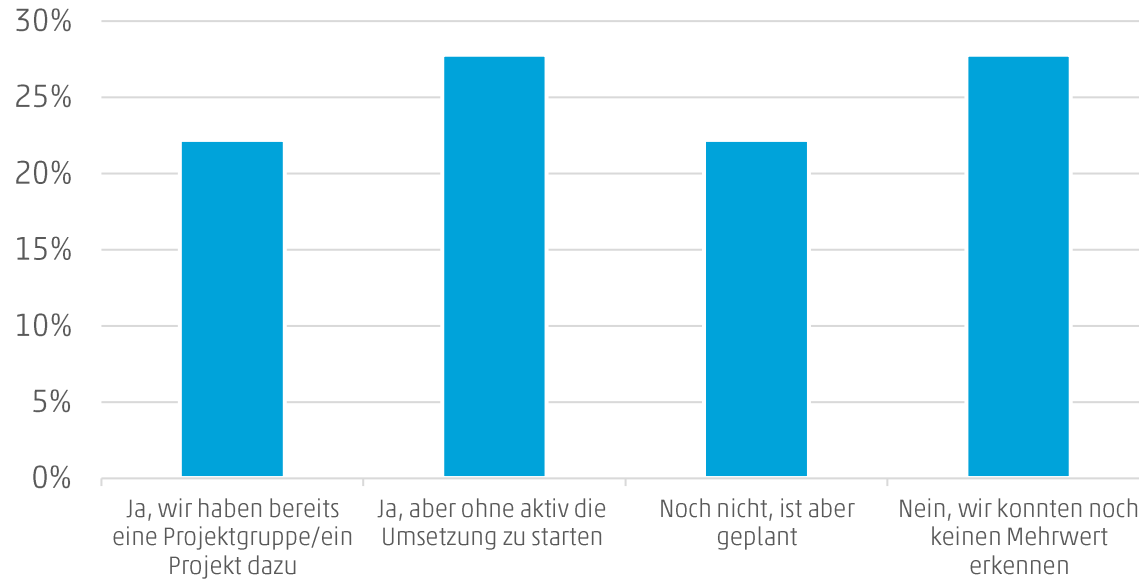


IN WELCHEN KANÄLEN SETZEN SIE PERSONALISIERTE PRODUKTINFORMATIONEN EIN?

- > Knapp 40% der Unternehmen setzen noch keine personalisierten Produktinformationen in ihren Kanälen ein. Dabei sind es mit rund 35% vor allem Hersteller, die hier noch keine Umsetzung vorgenommen haben.
- > Mit jeweils knapp 35% setzen sowohl Händler und Hersteller personalisierte Produktinformationen gleichermaßen sowohl in Online- als auch Printmedien ein.
- > 27% setzen bereits personalisierte Produktinformationen im Online-Shop/E-Commerce ein.



Haben Sie sich drüber hinaus bereits mit dem Thema Product Experience Management (PXM) beschäftigt?



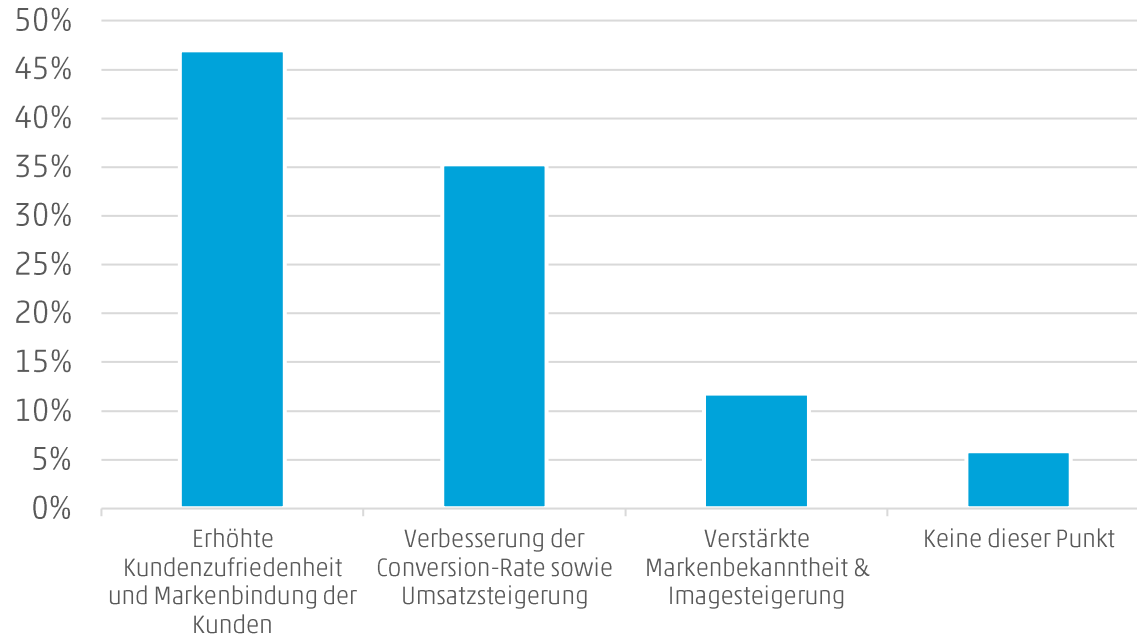


HABEN SIE SICH DRÜBER HINAUS BEREITS MIT DEM THEMA PXM BESCHÄFTIGT?

- > Mit rund 70% hat sich die deutliche Mehrheit bereits mit PXM beschäftigt und sich zumindest über die Relevanz davon informiert. Ca. ein Drittel der Unternehmen gibt an, das PXM-Projekt schon in der Umsetzung oder eine Projektgruppe dafür zu haben. Ein weiteres Drittel der Händler und Hersteller haben noch nicht mit der Projektumsetzung begonnen.
- > 22% plant sich damit bald auseinanderzusetzen. Davon haben einstimmig alle eine sehr hohe bis hohe Relevanz von PXM für Ihr Unternehmen angegeben.
- > Mehr als die Hälfte der Unternehmen sieht trotz der Angabe keinen Mehrwert in PXM zu erkennen, eine sehr hohe bis hohe Relevanz für ihr Unternehmen.



Wenn ja, was wäre für Sie der wichtigste Outcome von PXM?



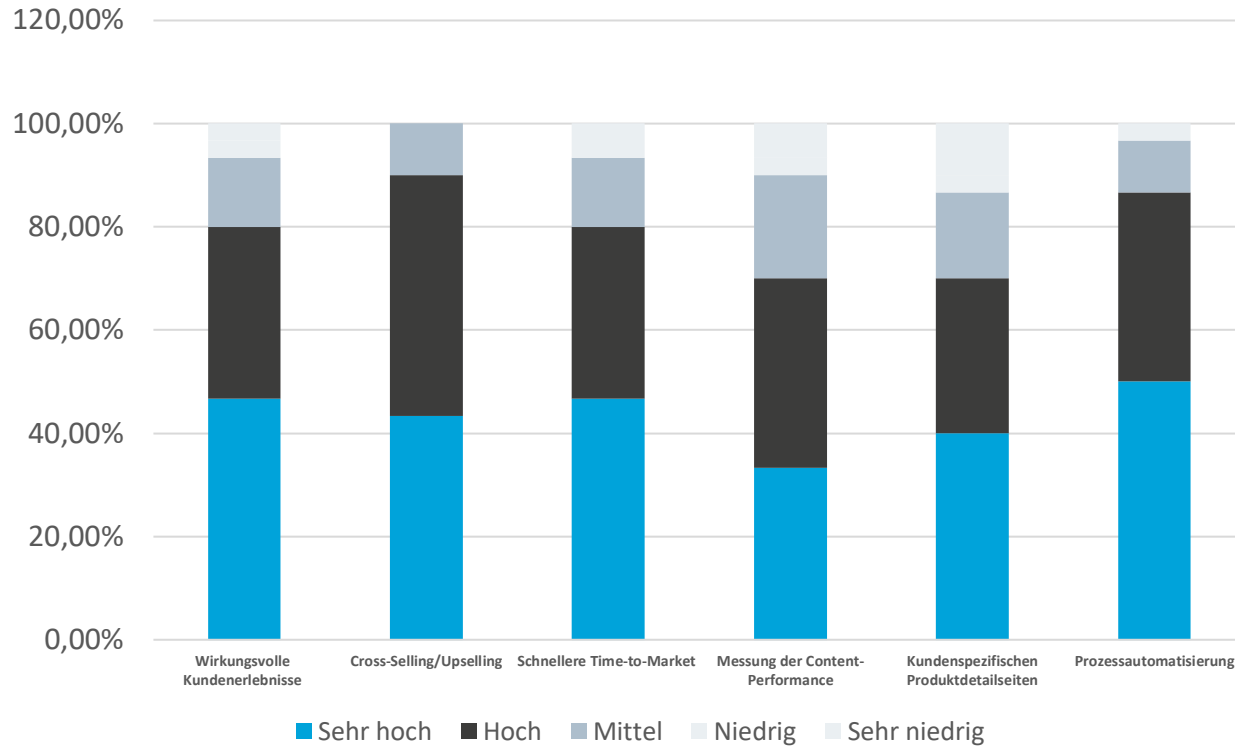


WENN JA, WAS WÄRE FÜR SIE DER WICHTIGSTE OUTCOME VON PXM?

- > Knapp die Hälfte (47%) der Industrie- und Handelsunternehmen erhofft sich vor allem erhöhte Kundenzufriedenheit sowie Markenbindung der Kunden mit PXM zu schaffen.
- > Ebenso relevant ist sowohl die Verbesserung der Conversion-Rate und eine Umsatzsteigerung (35,3%).
- > Für 11,8% spielt ebenfalls eine verstärkte Markenbekanntheit inklusive Imagesteigerung eine Rolle.



Auf welche PXM-Themen würden Sie einen Fokus setzen?





AUF WELCHE PXM-THEMEN WÜRDEN SIE EINEN FOKUS SETZEN?

- > Wirkungsvolle Kundenerlebnisse schaffen, Cross-Selling/Upselling verwandter Produkte sowie schnellere Time-to-Market von neuen Produkten sind für die Industrie- und Handelsunternehmen die relevantesten Fokus-Themen.
- > Sehr dicht gefolgt von den Punkten Messung der Content-Performance, Gestaltung der Produktdetailseiten nach kundenspezifischen Bedürfnissen und Prozessautomatisierung von Produktempfehlungen, -gruppen und -beziehungen.



WELCHE HERAUSFORDERUNGEN SEHEN SIE IM ZUSAMMENHANG MIT PXM?

- > Die größte Herausforderung
- > Sehr dicht gefolgt von den Punkten Messung der Content-Performance, Gestaltung der Produktdetailseiten nach kundenspezifischen Bedürfnissen und Prozessautomatisierung von Produktempfehlungen, -gruppen und -beziehungen.

EINZIGARTIGE KUNDENBEZIEHUNG MIT PRODUCT EXPERIENCE MANAGEMENT (PXM)

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZ**COM



Die Mehrheit der Unternehmen nimmt die Entwicklung rund um die Bereitstellung von kundenspezifischen Produktinformationen wahr und sieht die Relevanz für das eigene Unternehmen.

Die größte Herausforderung für PXM sehen die Unternehmen dabei in der Bereitstellung der Produkt- und Kundeninformationen, aber auch in der Findung der richtigen Strategie zur Umsetzung von PXM. Um mit PXM die eigene Marke und die eigenen Produkte einzigartig vom Wettbewerb abzuheben, benötigen die Hersteller und Händler Unterstützung, denn die Erwartungen der Kunden sind hoch.

Mit der richtigen Umsetzung jedoch, gelingt es im gesamten Kaufentscheidungsprozess eine ansprechende, attraktive und individuelle Story über alle Touchpoints hinweg zu erzählen.

IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND – WEITERE UMFRAGEN

Regelmäßige strategische Marktumfragen im Kontext
Produktdaten und Digitalisierung finden Sie hier:

www.sdzecom.de/marktblick/

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZecom**





MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM



eine Initiative von **SDZeCOM**

MarktBlick - Strategische Umfragen

SDZECOM GMBH & CO. KG
BAHNHOFSTRASSE 65
73430 AALEN

TELEFON: +49 7361 594-500
TELEFAX: +49 7361 594-591
MAIL: INFO@SDZECOM.DE

DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER: DATENSCHUTZ@SDZ-MEDIEN.DE

Aalen, 10. November 2022
SDZeCOM