



**MarktBlick**  
für Produktkommunikation  
und ISCM



eine Initiative von **SDZeCOM**

# LEBENDIGE PRODUKT- ERLEBNISSE: FAKTOR PXM

## MarktBlick – Strategische Umfragen

Aalen, 09. Dezember 2021

SDZeCOM

# LEBENDIGE PRODUKT- ERLEBNISSE: FAKTOR PXM

**MarktBlick**  
für Produktkommunikation  
und ISCM

eine Initiative von **SDZ**COM



Die Product Experience beschreibt das Erlebnis der Kunden rund um die Kaufentscheidung. Dabei ist das ganzheitliche Käuferlebnis von der Entdeckung eines Produkts oder Dienstleistung über den Informationsprozess bis zur finalen Kaufentscheidung relevant.

Für ein zufriedenstellendes Erlebnis ist dabei ein Product Experience Management (PXM) entscheidend. Denn die Grundlage im Kaufprozess bilden die Produktinformationen, die über alle Kanäle hinweg vollständig, konsistent und aktuell sein müssen.

Ein funktionierendes PXM bringt dabei eine enorme Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit für Unternehmen mit sich. In erster Linie profitieren die Unternehmen von einer hohen Kundenzufriedenheit, die dazu führt, dass Kunden immer wieder kaufen und somit eine Loyalität aufbauen, die Zahl an Retouren sinkt und die Conversion-Rate steigt.



# LEBENDIGE PRODUKT- ERLEBNISSE: FAKTOR PXM

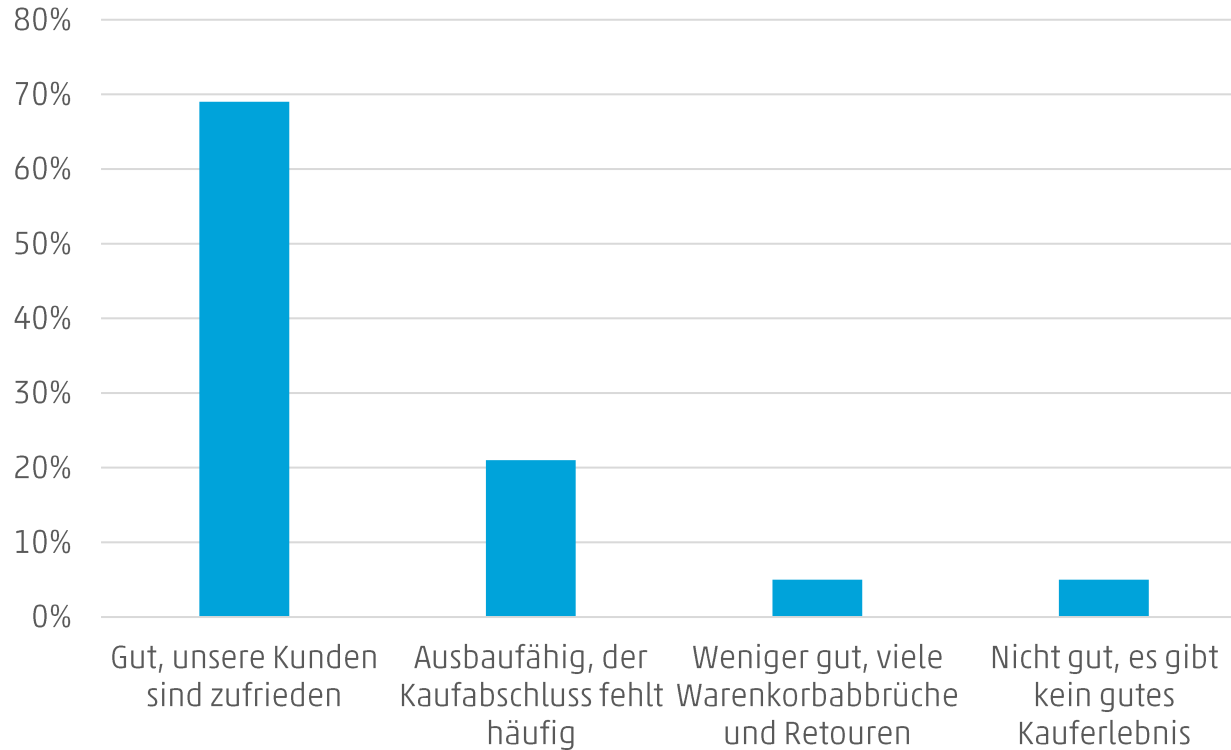
Dabei baut PXM auf PIM (Product Information Management) auf. PIM verwaltet die Daten und PXM entscheidet über die Ausspielung der Daten im jeweiligen Kanal und Kontext.

- > So werden den Kunden die richtigen Informationen zur richtigen Zeit und am richtigen Ort optimal zur Verfügung gestellt.
- > Einheitliche Produktinformationen über alle Kanäle hinweg schaffen ein harmonisches Käuferlebnis

Inwiefern Unternehmen sich dem Potential von PXM bewusst sind, wie sie ihren aktuellen Stand einschätzen und inwiefern dabei ihr PIM-System unterstützt – damit hat sich der MarktBlick in der aktuellen Markterhebung befasst.



## Wie bewerten Sie Ihre aktuelle Product Experience?



# BEWERTUNG DER PRODUCT EXPERIENCE

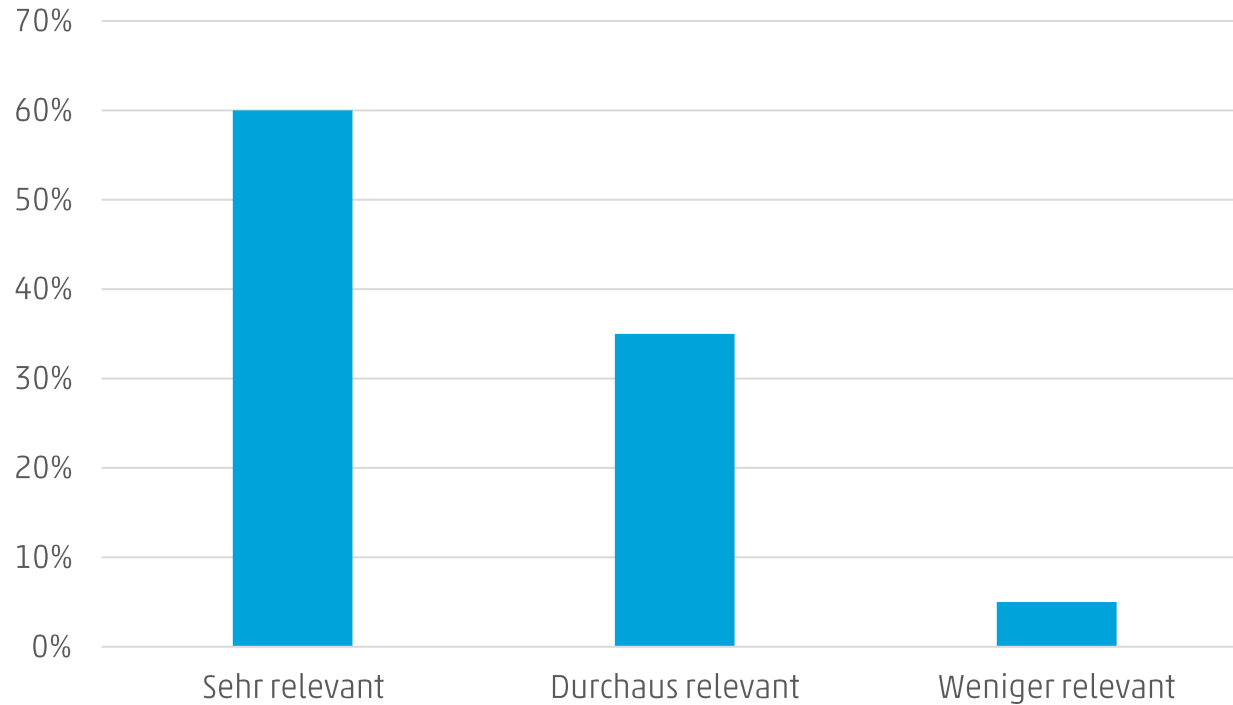


Die eindeutige Mehrheit der befragten Unternehmen ist mit der eigenen Product Experience zufrieden. Dabei fehlt jedoch auf: Kein einziges Unternehmen bewertet den Status Quo als **sehr gut**. 69% geben jedoch an, dass die Kunden zufrieden sind und sie die Product Experience somit als gut bewerten.

- > Als ausbaufähig bezeichnen 21% die Product Experience, da der finale Kaufabschluss häufig fehlt
- > Immerhin 5 % zweifeln daran, dass die Kunden ein gutes Käuferlebnis bekommen
- > Weitere 5% geben an, viele Warenkorbabbrüche und Retouren zu haben



## Wie relevant schätzen Sie ein gutes Product Experience Management (PXM) ein?





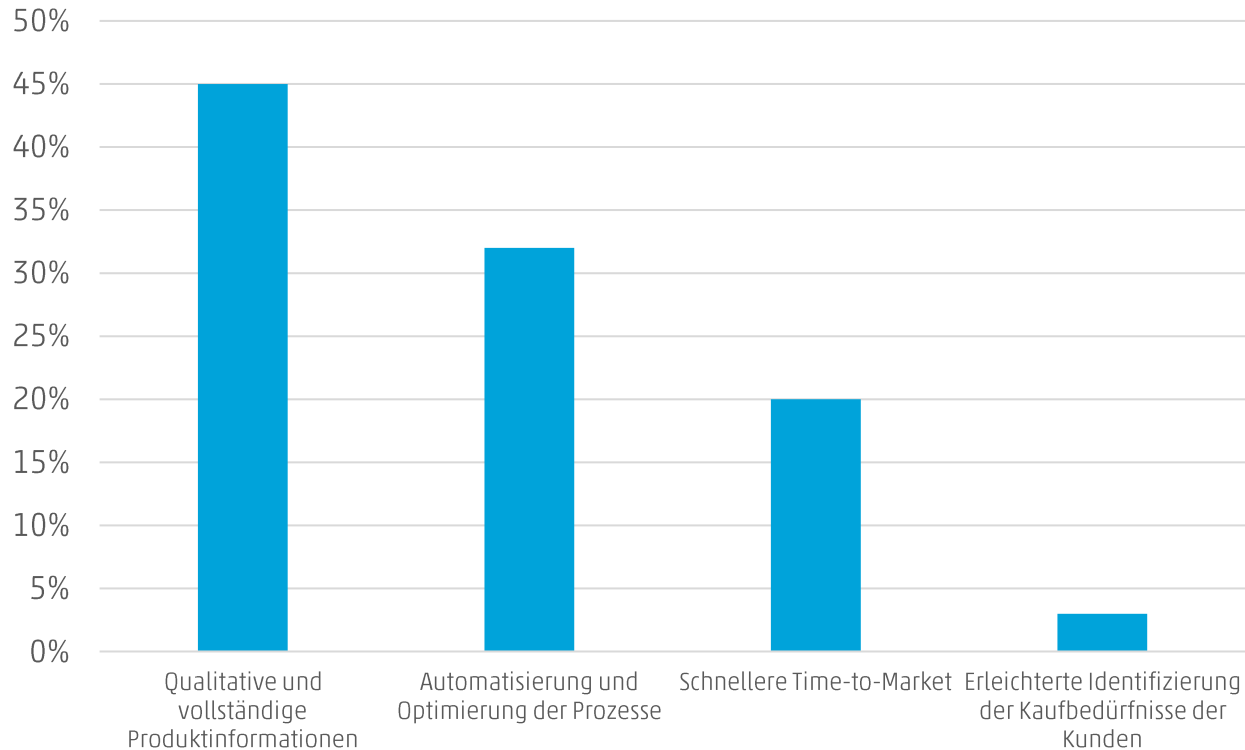
# RELEVANZ EINES PRODUCT EXPERIENCE MANAGEMENT (PXM)

Als gar nicht relevant oder sinnvoll erachtet keines der befragten Unternehmen die Relevanz eines Product Experience Managements.

- > Mit 60% ist es über die Mehrheit der Befragten, die ein PXM als sehr relevant beurteilen
- > Knapp die Hälfte (35%) findet ein PXM immerhin durchaus relevant
- > Weniger bis kaum relevant bewerten 5%



## Inwiefern unterstützt Sie Ihr PIM-System beim PXM?





# UNTERSTÜTZUNG VON PIM BEI PXM



Die befragten Unternehmen geben unterschiedliche Faktoren an, bei denen ihr PIM-System sie beim PXM unterstützt:

- > Knapp die Hälfte (45%) der Unternehmen hebt vor allem die Unterstützung bei qualitativen und vollständigen Produktinformationen hervor
- > Über 30% geben die Automatisierung und Optimierung der Prozesse an
- > Für 20% der Befragten ist auch die schnellere Time-to-Market sehr relevant
- > 3% heben die Erleichterung der Identifizierung der Kaufbedürfnisse der Kunden hervor

# LEBENDIGE PRODUKT- ERLEBNISSE: FAKTOR PXM

**MarktBlick**  
für Produktkommunikation  
und ISCM

eine Initiative von **SDZeCOM**



Besonders fällt auf, dass Unternehmen, die ihre Product Experience als weniger gut – nicht gut bewerten, auch keine Unterstützung mit einem PIM-System angeben. Durch den Einsatz eines PIM-Systems wird dementsprechend die Grundlage für ein erfolgreiches PXM geschaffen.

Dreiviertel der Unternehmen, die angeben, dass Ihre Kunden zufrieden sind mit der Product Experience, geben qualitativ bessere und vollständigere Produktinformationen sowie eine schnellere Time-to-Market als entscheidende unterstützende Faktoren an. Mit 58% gibt zudem mehr als die Hälfte optimierte Prozesse an.

Im Vergleich dazu bewerten Unternehmen, die eine ausbaufähige Product Experience angeben, die Qualität und Vollständigkeit der Produktinformationen gerade mal mit 17% und Time-to-Market mit 13%. Unternehmen mit einer Bewertung „weniger gut“ geben nur noch zu 6% qualitativ bessere und vollständigere Produktinformationen an.

# IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND – WEITERE UMFRAGEN

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

[www.sdzecom.de/marktblick/](http://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](mailto:INFO@SDZECOM.DE)

DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER: [DATENSCHUTZ@SDZ-MEDIEN.DE](mailto:DATENSCHUTZ@SDZ-MEDIEN.DE)

Aalen, 09. Dezember 2021  
SDZeCOM