



NEGATIVER EINFLUSS AUF DIE PRODUKTKOMMUNIKATION

MarktBlick – Strategische Umfragen

Aalen, 14. Juli 2022
SDZeCOM

NEGATIVER EINFLUSS AUF DIE PRODUKTKOMMUNIKATION

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZeCOM**



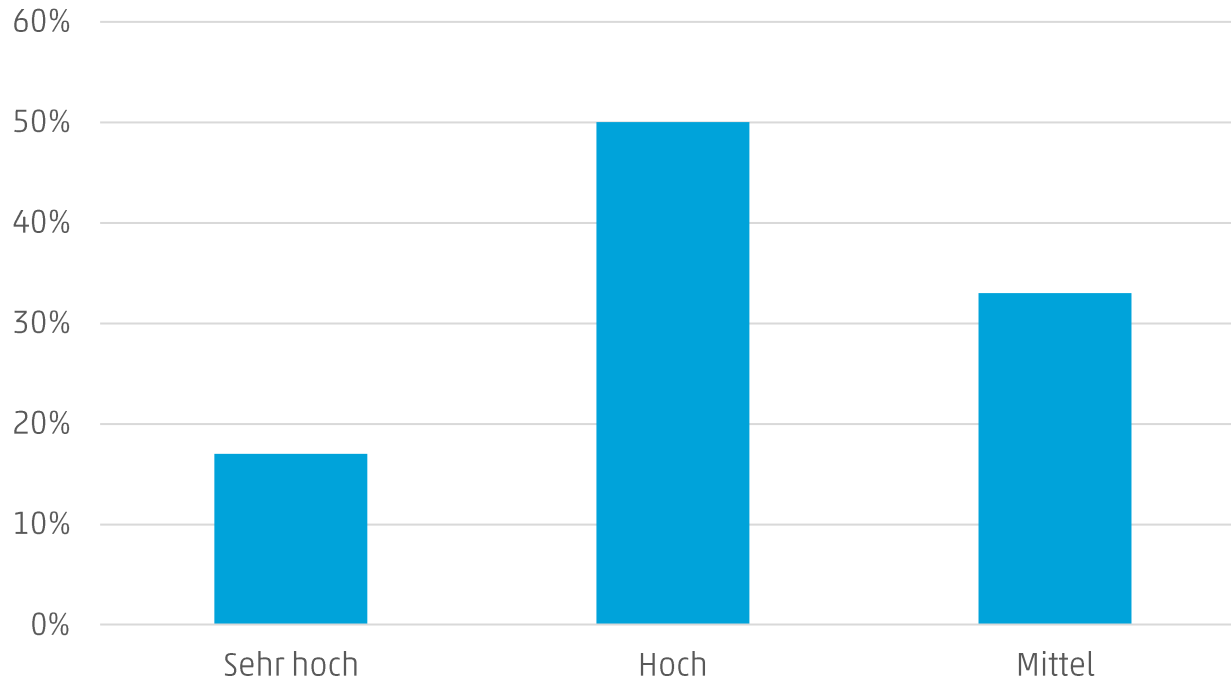
Eine effiziente und reibungslose Produktkommunikation ist Erfolgstreiber und Herausforderung zugleich und zentraler Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Produktkommunikation kann daher beinah schon als strategische Kunst beschrieben werden.

Produktinformationen müssen zielgruppenspezifisch, individuell und über alle Touchpoints hinweg konsistent bereitgestellt werden. Printerzeugnisse, u.a. Kataloge oder Verpackungen, sowie digitale Plattformen, u.a. Online-Shops oder Blogs sowie crossmediale Angebote sind heterogene Kommunikationskanäle, die jeweils eigene Regeln für die Aufbereitung von Produktinformationen definieren.

Es gibt viele Faktoren, die einen negativen Einfluss auf die Produktkommunikation haben können. Der MarktBlick hat hierbei Unternehmen zu den Faktoren Produktdatenqualität, zielgruppenspezifische Ansprachen und individuellen Content befragt.



Was beeinflusst Ihre Produktkommunikation negativ? - Unzureichende Produktdatenqualität





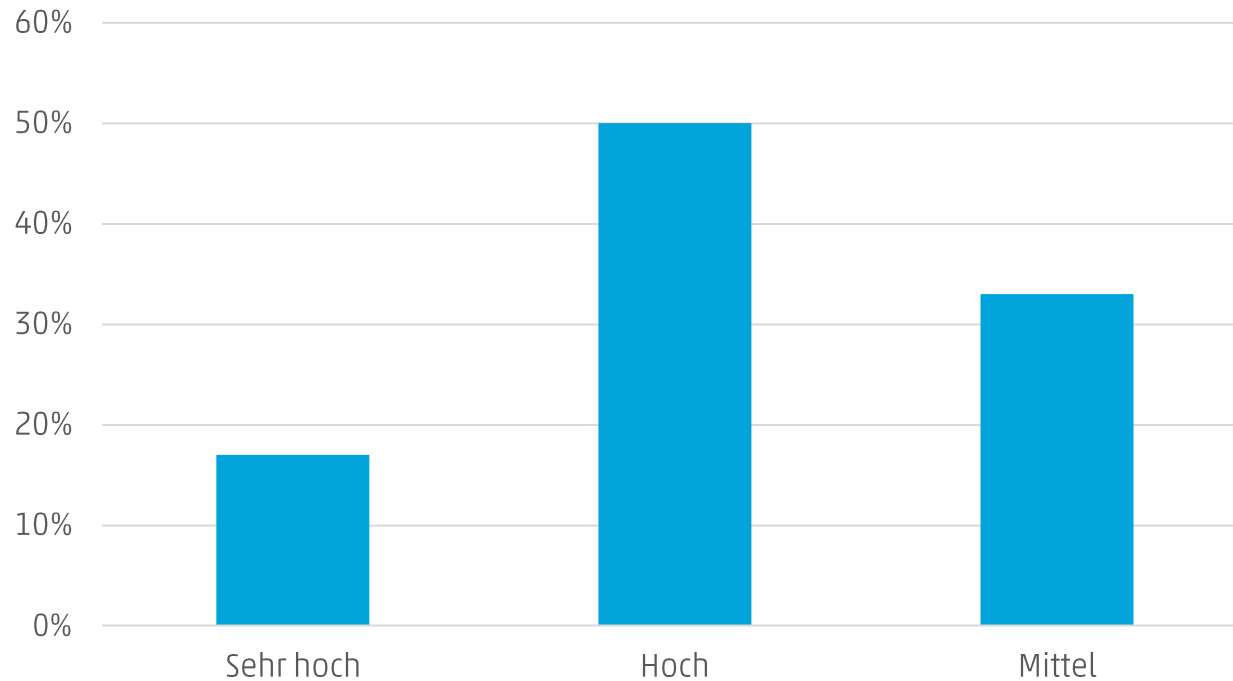
EINFLUSS VON UNZUREICHENDER PRODUKTDATENQUALITÄT

- > Insgesamt 67% Unternehmen stufen den Einfluss von unzureichender Produktdatenqualität als sehr hoch bis hoch ein
- > Einen mittelmäßigen Einfluss bemerken 33% der Befragten

Einen negativen Einfluss von unzureichender Produktdatenqualität bemerken somit alle der befragten Unternehmen. Wenig oder gar keinen negativen Einfluss gibt keines der befragten Unternehmen an.



Kein geeigneter Content für individualisierte Printkommunikation





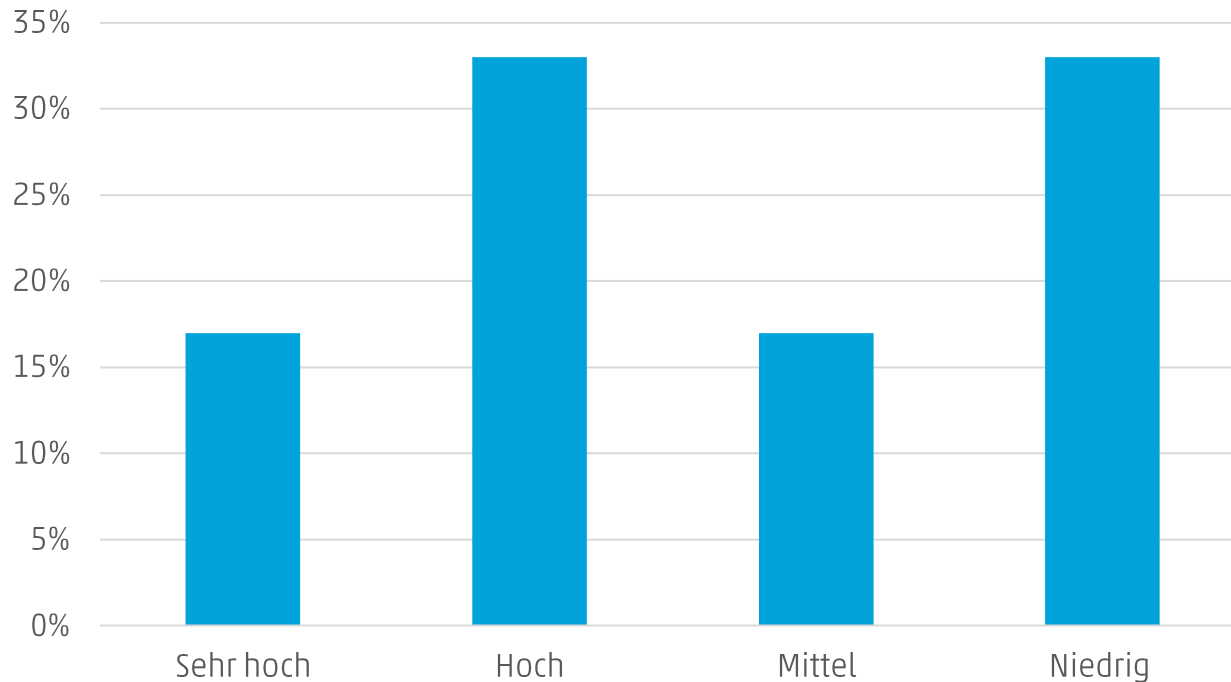
KEIN GEEIGNETER CONTENT FÜR INDIVIDUALISIERTE PRINTKOMMUNIKATION

- > Auch geben 67% Unternehmen an, das kein geeigneter Content für individualisierte Printkommunikation einen negativen Einfluss auf die Produktkommunikation hat
- > Einen mittelmäßigen Einfluss geben 33% der Unternehmen

Die befragten Unternehmen bewerten diesen Faktor gleichermaßen wie den negativen Einfluss von unzureichender Produktdatenqualität.



Mangelnde Differenzierung in der Ansprache der Zielgruppe





MANGELNDE DIFFERENZIERUNG IN DER ANSPRACHE DER ZIELGRUPPE

- > 17% der Unternehmen geben einen sehr hohen und 33% einen hohen negativen Einfluss bei der mangelnden Differenzierung in der Ansprache der Zielgruppe zu bemerken
- > 33% der befragten geben einen mittelmäßigen Einfluss und 17% einen niedrigen Einfluss an

Dabei sind es ausschließlich Handelsunternehmen, die einen hohen negativen Einfluss bemerken. Einen sehr hohen negativen Einfluss sogar, geben ausschließlich Hersteller an.

NEGATIVER EINFLUSS AUF DIE PRODUKTKOMMUNIKATION



Die befragten Unternehmen geben bei allen genannten Faktoren mit Abstand an, einen hohen negativen Einfluss zu bemerken.

Ausschließlich bei der mangelnden Differenzierung in der Ansprache der Zielgruppe geben Unternehmen auch an, einen niedrigen negativen Einfluss zu sehen.

Dabei gibt es kaum merkliche Unterschiede innerhalb der Branche oder bei der Unternehmensgröße. Die Faktoren spielen auf allen Ebenen gleichermaßen eine Rolle und sind nicht abhängig von der Branche, Sortimentsgröße oder Unternehmensgröße.

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, 14. Juli 2022
SDZeCOM