



MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM



eine Initiative von **SDZeCOM**

LESSONS LEARNED IN DER WELT RUND UM PIM UND MDM

MarktBlick – Strategische Umfragen

Aalen, 23. November 2021
SDZeCOM

LESSONS LEARNED IN DER WELT RUND UM PIM UND MDM

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZeCOM**



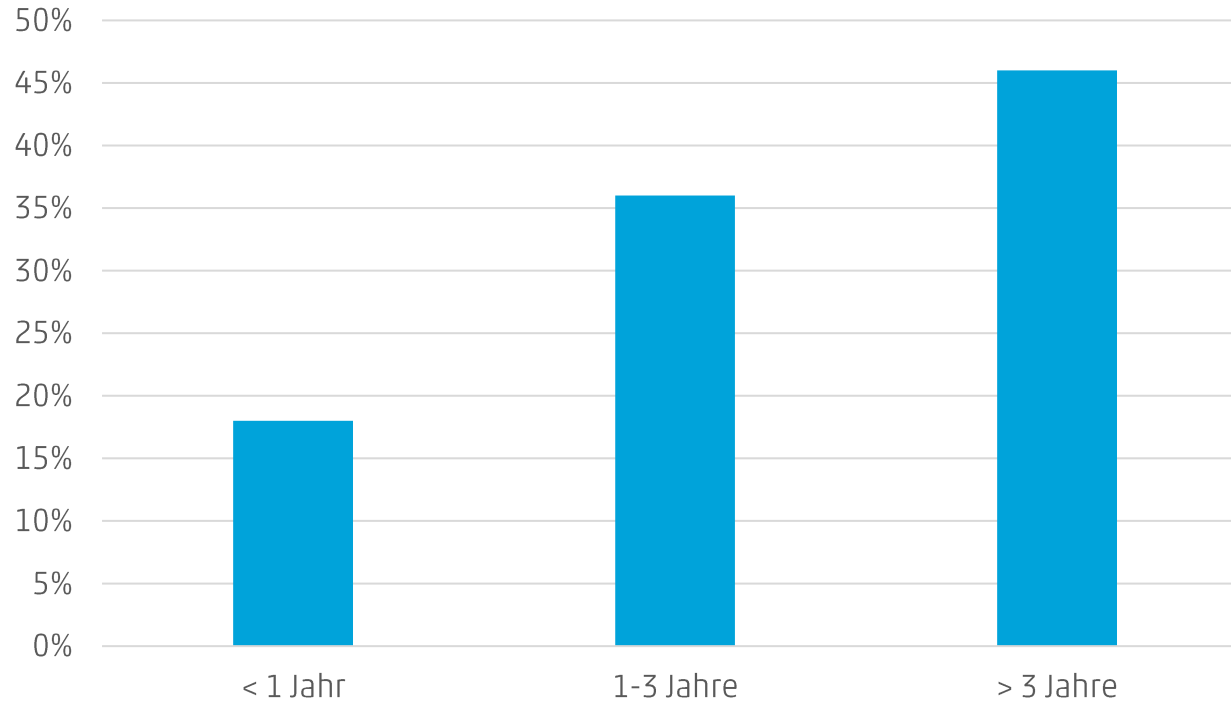
PIM-System als Erfolgsfaktor, PIM und MDM entscheiden über den Unternehmenserfolg, wettbewerbsfähig bleiben mit der richtigen Software – diese und viele weitere aussagekräftige Headlines finden sich tagtäglich rund um Digitalisierung und Produktdaten.

Insights und tatsächliche Zahlen sind dahingegen kaum zu finden. Welche Faktoren lassen sich ausschlaggebend optimieren und von welchem Zeitraum sprechen wir?

Dieser Frage ist der SDZeCOM-MarktBlick nachgegangen und hat Unternehmen aus Industrie und Handel befragt, die ein PIM-/MDM-System mit unterschiedlicher Nutzungszeit im Einsatz haben. Auf ihrer Erfahrung beruhend, geben die Unternehmen darüber hinaus exklusive Lessons Learned, die aus dem Projektverlauf entstanden sind.



Wie lange ist bei Ihnen bereits ein PIM- / MDM-System im Einsatz?





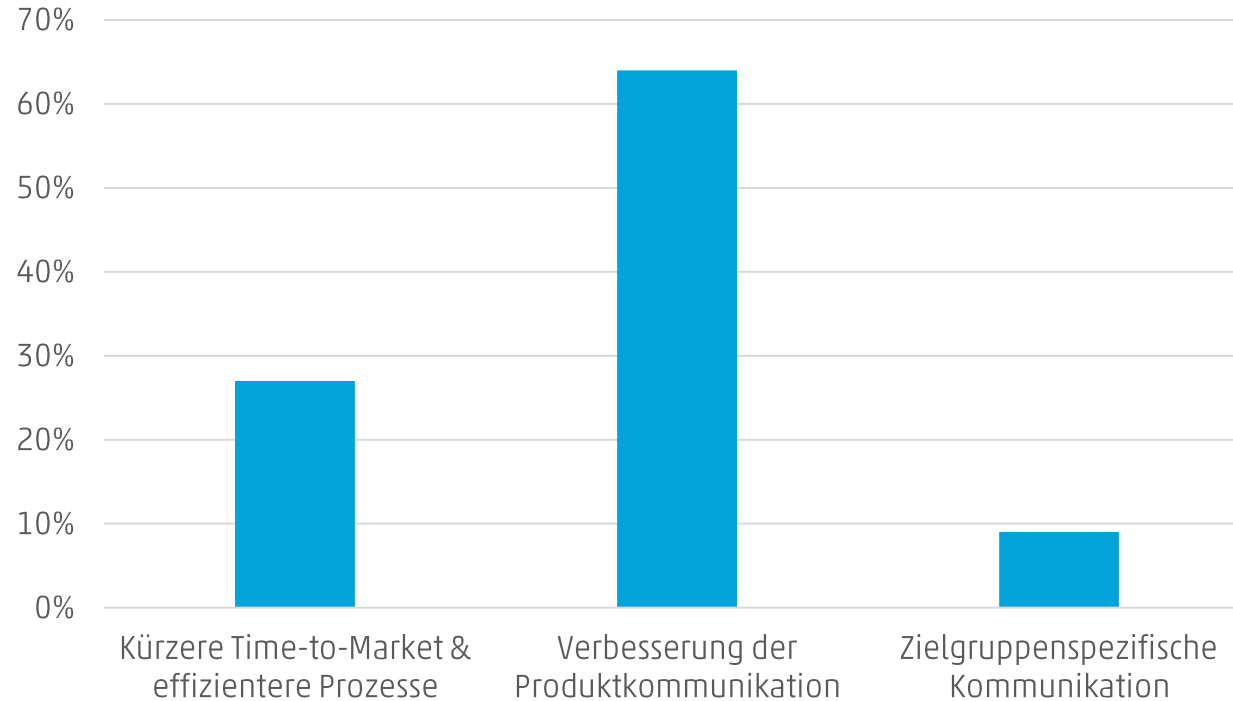
WIE LANGE IST BEI IHNEN BEREITS EIN PIM- / MDM-SYSTEM IM EINSATZ?

Befragt wurden ausschließlich Unternehmen, die ein PIM-/MDM-System im Einsatz haben. Die Industrie- und Handelsunternehmen nutzen dabei das jeweilige System bereits unterschiedlich lang:

- > Mit 46% nutzt knapp die Hälfte der befragten Unternehmen ihr System seit mehr als 3 Jahren.
- > Rund ein Drittel (36%) hat im Zeitraum zwischen 1-3 Jahre das System im Einsatz.
- > 18% der Unternehmen hat angegeben, das PIM-/MDM-System weniger als 1 Jahr erst zu nutzen.



Welcher Faktor hat sich durch das PIM-/MDM-System bei Ihnen am deutlichsten verbessert?





WELCHER FAKTOR HAT SICH BEI IHNEN AM DEUTLICHSTEN VERBESSERT?

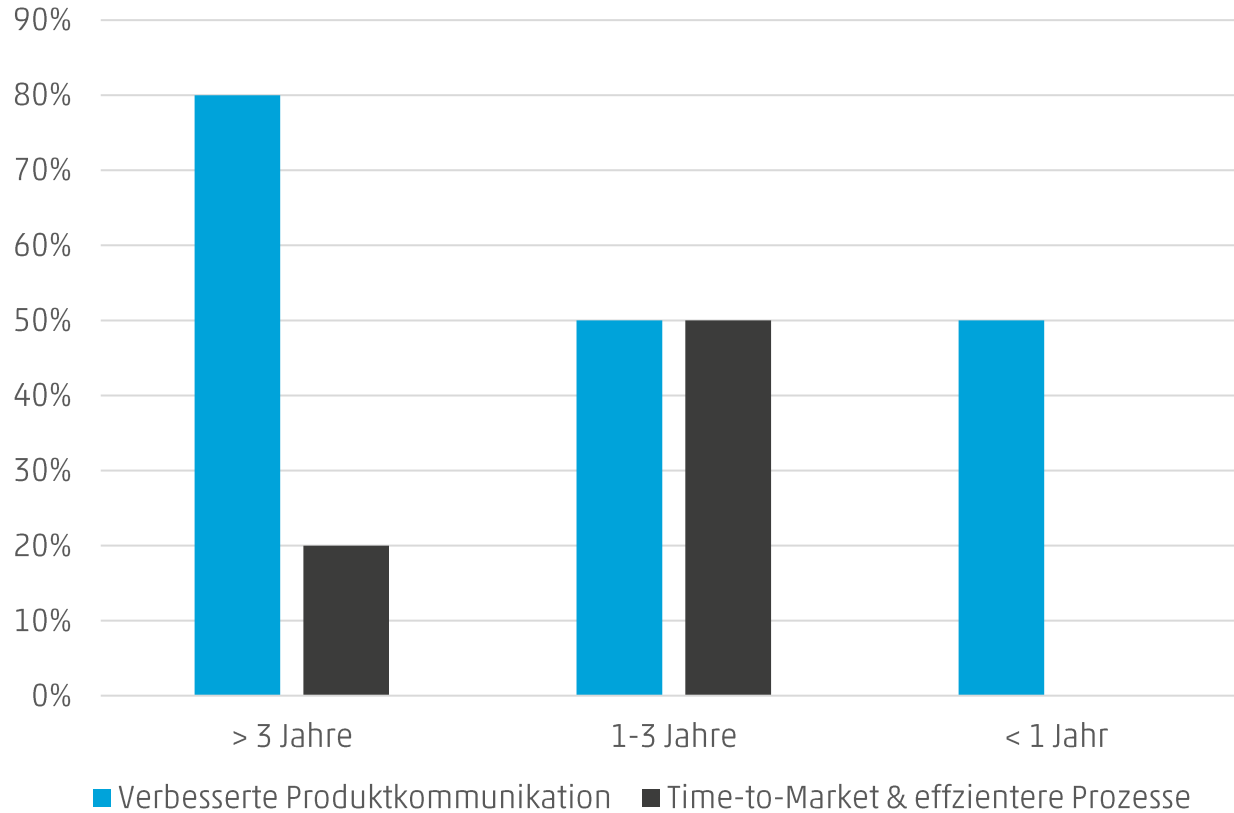
- > Zwei Drittel (64%) der befragten Unternehmen geben an, dass sich mit Abstand am deutlichsten die Produktkommunikation verbessert hat. Das PIM-/MDM-System unterstützt und erleichtert intelligent die Aufbereitung, Anreicherung und Verbreitung von produktrelevanten Informationen. Darüber hinaus verbessert das System signifikant die Datenqualität und schafft somit eine wichtige Grundlage für eine funktionale Produktkommunikation.
- > Für 27% haben sich ebenfalls eine kürzere Time-to-Market relevant verbessert sowie die Effizienz der Prozesse. Durch die immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen, lassen sich somit erhebliche Wettbewerbsvorteile schaffen. Das PIM-/MDM-System unterstützt durch automatisierte Prozesse die Bereitstellung der Daten bei gleichzeitig weniger Ressourcenaufwand und erhöht somit entscheidend die Geschwindigkeit sowie Reaktionszeit.



WELCHER FAKTOR HAT SICH BEI IHNEN AM DEUTLICHSTEN VERBESSERT?

- > Darüber hinaus geben immerhin 9% an, dass sich ebenfalls die zielgruppenspezifische Kommunikation deutlich verbessert hat. Entsprechende und auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene Produktinformationen lassen sich bereits im System hinterlegen. Dies beschleunigt den Content-Erstellungsprozess, schont Ressourcen und ermöglicht somit eine personalisierte Kommunikation.
- > Weitere Faktoren, wie z.B. die Steigerung der Konversionrate und Ressourceneinsparung, werden als weiterhin ausbaufähig bewertet.

Wie bewerten die Unternehmen nun die Faktoren nach unterschiedlich langem Einsatz des jeweiligen PIM-/MDM-Systems?





WELCHER FAKTOR HAT SICH BEI IHNEN AM DEUTLICHSTEN VERBESSERT?

- > Unternehmen, die bereits über 3 Jahre ein PIM-/MDM-System im Einsatz haben, heben mit aussagekräftigen 80% die verbesserte Produktkommunikation im Nutzungsverlauf hervor.
- > Bei einer Nutzung unter 3 Jahren, sehen jeweils 50% der befragten Unternehmen signifikante Verbesserung der Produktkommunikation.
- > Den Höhepunkt der Optimierung der kürzeren Time-to-Market sowie der effizienteren Prozesse, sehen die Unternehmen nach 1-3 Jahre erreicht.
- > Die zielgruppenspezifische Kommunikation wird bereits im ersten Jahr enorm optimiert.

LESSONS LEARNED IN DER WELT RUND UM PIM UND MDM

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZ**COM



Viele Unternehmen fühlen sich im Kosmos von Digitalisierung, Product Information Management oder Master Data Management ziemlich verloren, sind unsicher und haben Angst vor schwerwiegenden Fehlern.

Projekteinblicke und Lessons Learned von Unternehmen mit Erfahrung sind daher besonders wertvoll und gleichzeitig rar gesät.

Der MarktBlick hat daher exklusiv Industrie- und Handelsunternehmen zu Tipps, Tricks und Fakten befragt und eine Vielzahl spannende sowie wertvolle Einblicke erhalten.

LESSONS LEARNED IN DER WELT RUND UM PIM UND MDM



- > „Der Initialaufwand und die spätere Erweiterung des PIM sowohl mit Blick auf die Ausgabekanäle als auch die Steuerung/Anpassung der Prozesse, erfordern sehr viel Disziplin und je nach Rolle ein großes technisches Verständnis oder die Bereitschaft, das Verständnis aufzubauen. Customizings müssen gut dokumentiert sein und wann immer möglich durch Standardfunktionalitäten abgelöst werden. Definition und Dokumentation aller produktdatenrelevanten Prozesse und Rollen ist essentiell. **Das System / der Output kann nur so gut sein wie sein Inhalt.**“
- > „Standards sind erstrebenswert und "so wenige Attribute" wie möglich sehr empfehlenswert.“
- > „Die Etablierungsphase ist enorm wichtig, ebenso die Notwendigkeit eines Product Owners.“

LESSONS LEARNED IN DER WELT RUND UM PIM UND MDM



Rund ein Drittel der befragten Unternehmen heben die Notwendigkeit eines Change Managements hervor, z.B.:

- > „Change bei den Kollegen - auch bei vermeintlichen Kleinigkeiten die Leute frühzeitig einbinden und mitnehmen.“
- > „Kommunikation im Unternehmen und Change Management ist sehr wichtig.“
- > „Change ist nur dann schwer, wenn man Betroffene nicht zu Beteiligten macht.“

LESSONS LEARNED IN DER WELT RUND UM PIM UND MDM



Nicht unterschätzt oder vergessen werden sollte definitiv:

- > „Die Komplexität des Datenmodells.“
- > „Das Mitnehmen von Kollegen und Übertragen von Verantwortlichkeiten wurde unterschätzt.“
- > „Change ist nur dann schwer, wenn man Betroffene nicht zu Beteiligten macht.“
- > „Datenqualität ist für ein PIM sehr wichtig.“

LESSONS LEARNED IN DER WELT RUND UM PIM UND MDM

MarktBlick
für Produktkommunikation
und ISCM

eine Initiative von **SDZ eCOM**



Viele Aspekte in der Umsetzung und Implementierungsphase eines PIM-/MDM-Systems werden oftmals unterschätzt. Wer es verpasst die Kollegen und Verantwortlichen rund um das Projekt von Anfang an transparent miteinzubinden, stößt auf ungewollte interne Komplikationen.

Ebenso essenziell ist eine sorgfältige Vorbereitungs- und Etablierungsphase, die Zeit und Pflege benötigt. Und führen Sie sich stets vor Augen: „Der Output des Systems kann nur so gut sein wie sein Inhalt“. Datenqualität entscheidet! Das Datenmodell sollte in der Vorbereitung auf die Systemimplementierung bereinigt werden.

Verläuft das Projekt aber erfolgreich, bringt ein PIM-/MDM-System eine Vielzahl an Vorteile mit sich, die sich im Nutzungsverlauf zudem noch steigern und dadurch wiederum weitere Vorteile eröffnen.

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 **SDZ**eCOM

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, 23. November 2021
SDZeCOM