

PIMCORE®

Own the Digital World

8MDM+PIM Herausforderungen die nicht ignoriert werden sollten!



Herausforderungen während der Implementierung von PIM-MDM, die Unternehmen nicht übersehen sollten.

PIMCORE®

Own the Digital World

8 Herausforderungen im Management von Stamm- und Produktinformationsdaten, die Sie nicht ignorieren können

Es gibt erkennbare Herausforderungen, die sich durch die Implementierung von PIM-MDM ziehen und die Unternehmen keinesfalls übersehen dürfen.



WWW.PIMCORE.COM

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	03
In Unternehmen dreht sich heute alles um Daten	04
Datenanforderungen können keine Einheitsgröße haben	05
Herausforderungen im Management von Stamm- und Produktinformationsdaten	06
I. Wie sind die Daten aus einem ERP-System zu nutzen?	07
II. Wie kann man die Konsistenz und Einheitlichkeit der Daten im externen Erscheinungsbild und in der Kommunikation effizient und effektiv sicherstellen?	08
III. Wie kann ein einziger Ort für Daten geschaffen werden, um Kunden auf jedem Gerät und über jeden Kanal ein konsistentes Erlebnis zu bieten?	09
IV. Wie kann man Datenqualität verwalten und Einblicke gewinnen? Außerdem, wie kann man den Prozess zur Verbesserung der Datenqualität effizienter gestalten?	11
V. Wie kann sichergestellt werden, dass Daten den Gesetzen und Vorschriften entsprechen?	12
VI. Wie kann man Daten an Kunden verteilen?	13
VII. Wie können Magazine, Broschüren und Prospekte schnell und kostengünstig erstellt werden?	14
VIII. Wie kann man eine IT-Architektur auf API-Basis erstellen? Und warum sollte dies gemacht werden?	15
Erste Schritte mit Pimcore	16
Über Pimcore Kontakt	17

Einführung

Der Wandel – das alte Schreckgespenst – bringt viele Herausforderungen in Geschäftsprozessen mit sich und sorgt bei Unternehmen oftmals für Überforderung. Denn die Optimierung von Geschäftsprozessen erfordert Digitalisierung.

Organisationen müssen unermüdlich daran arbeiten, neue Geschäftsmodelle zu schaffen und IT-Landschaften für Umgebungen wie E-Commerce, Lagerhaltung oder ERP-Systeme neu zu gestalten. Die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften kann ein weiteres Anliegen sein. Organisationen müssen nicht nur über reichhaltige und genaue Daten verfügen, sondern auch Prozesse entwerfen, um diese Daten sinnvoll zu verwalten, damit sie auf allen gewünschten Kanälen verbreitet werden können.

Es besteht kein Zweifel, dass Master Data Management (MDM) und Product Information Management (PIM) das Blatt für Unternehmen wenden können. Die eigentliche Frage ist jedoch, wie man den Herausforderungen begegnet und sie gleichzeitig nutzt.



FÜR DAS UNTERNEHMEN VON HEUTE DREHT SICH ALLES UM DATEN

In den Unternehmen von heute wimmelt es nur so von Daten. Daten können alles Mögliche sein. Sie können sich auf ein Produkt oder eine Dienstleistung beziehen, die von Unternehmen, Vertriebsunternehmen, Großhändlern oder Einzelhändlern angeboten werden. Es kann sich dabei um eine funktionale Produktbeschreibung, ein Anleitungsvideo, Benutzerbewertungen, Preisinformationen, Prospekte, PDFs, Zeichnungen, Kataloge usw. handeln. Und all das muss aktualisiert, verwaltet und integriert werden. Daten stammen aus verschiedenen Quellen und werden von verschiedenen Personen oder Abteilungen verwaltet, vorgeschlagen und verbessert.

Neben all den Daten über Produkte und Dienstleistungen gibt es auch Inhalte/Content für die Website: Wissensartikel, Erfolgsgeschichten, inspirierende Artikel, erfolgreiche Anwendungen, Veranstaltungen und alle anderen Informationen, die online verfügbar gemacht werden müssen.

Zu guter Letzt ist Content nicht nur relevant für die Website, sondern auch für Marketingzwecke, E-Mail-Marketing, sowie für soziale Medien, externe Verkaufsportale, Kunden und Kundinnen und Lieferantinnen und Lieferanten. Und dann stellt sich die Frage, wie eine solche Vielzahl von Daten qualitativ genutzt werden kann, innerhalb einer bestimmten Zeit und mit minimalem Aufwand, um interne Qualitäts- oder rechtliche Anforderungen zu erfüllen. Kurz gesagt, ist das Datenmanagement eine der größten Herausforderungen für Unternehmen.



DATENANFORDERUNGEN KÖNNEN NICHT FÜR ALLE GLEICH SEIN

Die Datenverwaltung stellt verschiedene Personen vor unterschiedliche Herausforderungen. Das Marketing-Management eines E-Commerce-Unternehmens kann mit fragmentierten Daten konfrontiert werden, ein CIO möchte vielleicht ein reibungsloses Omnichannel-Erlebnis, die Lagerverwaltung möchte eventuell bessere Beziehungen zu Lieferanten und Lieferantinnen aufbauen. Jede Stelle weiß, wonach sie sucht, aber wenn sie versucht es zu perfektionieren, wird sie stets von etwas zurückgehalten.

Oft sind die Quelldaten nicht auffindbar. Niemand übernimmt die Verantwortung für die Daten. Die Verwaltung von Daten durch mehrere Personen ist nicht leicht zu handhaben. Und schon gar nicht, wenn jede:r Beteiligte die Möglichkeit hat, die Daten aktiv zu ändern. Hinzu kommt die Redundanz von Daten – ein häufiges Problem für Unternehmen.

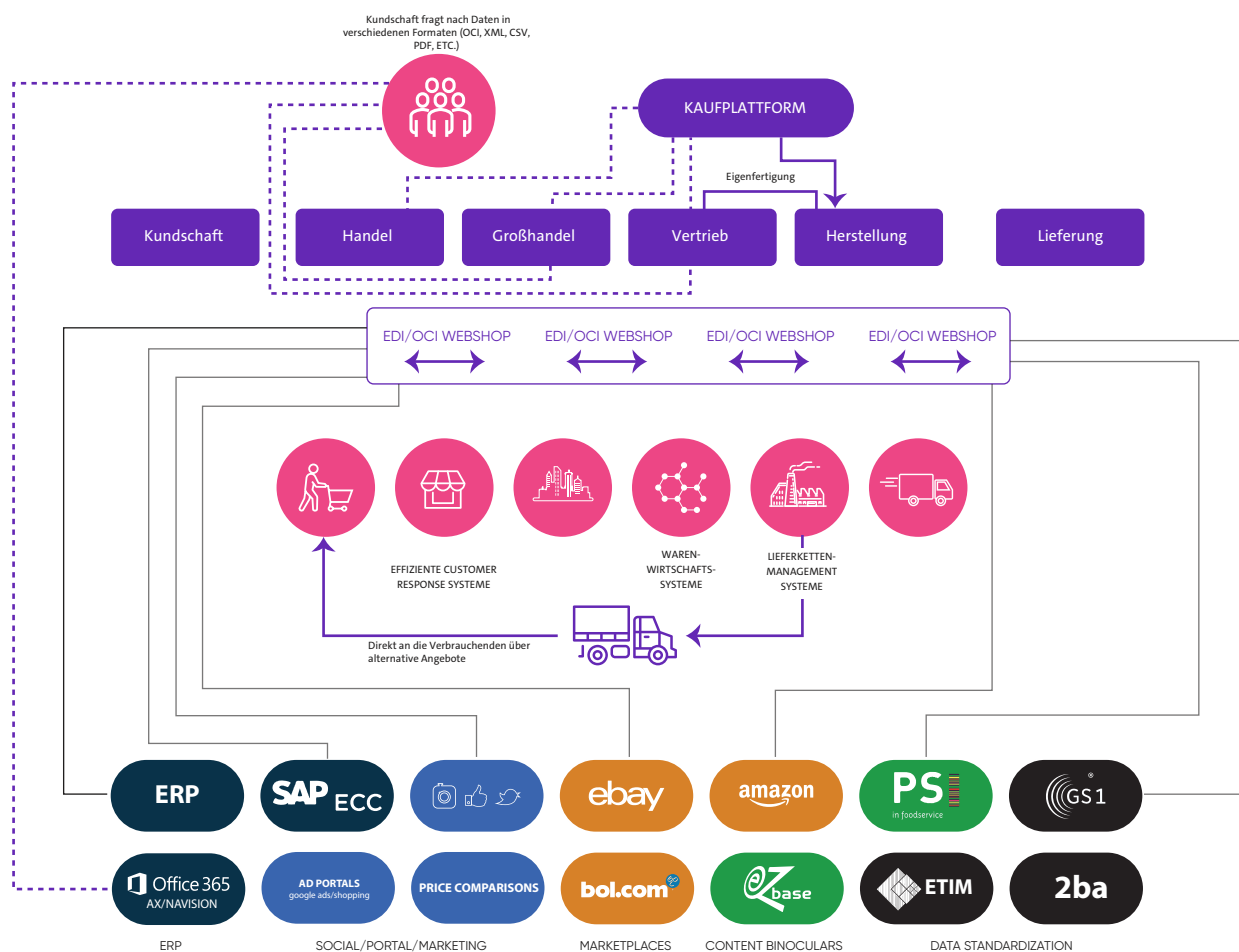


Abb.: Die Datenumgebung für Herstellung, Vertrieb und Organisationen

HERAUSFORDERUNGEN IM BEREICH **STAMMDATEN- UND PRODUKTINFORMATIONEN MANAGEMENT**

- I. Wie sind die Daten aus einem ERP-System zu nutzen?
- II. Wie lassen sich Konsistenz und Einheitlichkeit der Daten in der Außendarstellung und Kommunikation effizient und effektiv sicherstellen?
- III. Wie kann ein zentraler Ort für Daten geschaffen und zeitgleich Kundinnen und Kunden auf jedem Gerät und jedem Kanal ein einheitliches Erlebnis geboten werden?
- IV. Wie kann man die Datenqualität verwalten und Erkenntnisse darüber gewinnen? Und wie kann der Prozess der Datenqualitätsverbesserung effizienter gestaltet werden?
- V. Wie wird sichergestellt, dass die Daten den Gesetzen und Vorschriften entsprechen?
- VI. Wie werden Daten an die Kundinnen/Kunden übertragen?
- VII. Wie lassen sich Zeitschriften, Faltblätter und Broschüren schnell und kostengünstig erstellen?
- VIII. Wie erstellt man eine API-gesteuerte IT-Architektur? Und warum sollte man das tun?

Herausforderung I.

Wie lassen sich Daten aus einem ERP-System verwenden?

Es ist sehr wahrscheinlich, dass Sie die grundlegenden Produktinformationen bereits in Ihrem ERP-System (z. B. SAP ECC/R3 oder Microsoft Dynamics 365 Enterprise/Navision) zusammengestellt haben. Nun sollte dafür gesorgt werden, dass diese Daten erhalten bleiben und mit einer Integration über Webservices als "Basis-Set" für PIM-MDM verwendet werden. Dies hilft bei der Erstellung eines Single Point of Truth.



In einer PIM-MDM-Lösung mit mehreren Formen werden in der Regel zusammenhängende Softwarekomponenten und separate technische Konzepte benötigt. Einige von ihnen können über einen zentralen MDM-Hub laufen, während andere als Teil von Anwendungen ausgeführt werden können.

In vielen Fällen müssen wichtige Entscheidungen getroffen werden, z. B. ob die ERP-Benutzungs Oberfläche oder die MDM-Benutzungs Oberfläche für die Erstellung und Pflege der Stammdaten verwendet werden soll.



Herausforderung II.

Wie lassen sich Konsistenz und Einheitlichkeit der Daten in der Außendarstellung und Kommunikation effizient und effektiv sicherstellen?

Vermarkter:innen, Produktdatenprofis, CEOs und CMOs haben erkannt, dass es innerhalb des Unternehmens Daten in vielen verschiedenen Systemen gibt. Oft fehlt ein einheitliches Erscheinungsbild und eine einheitliche Kommunikation, und niemand im Unternehmen weiß, wo die Quelldaten sind, und niemand fühlt sich verantwortlich.



Mitarbeitende können in einer Organisation die folgenden Situationen erleben:



Die Verwaltung von Daten mit mehreren Personen wird schwierig.



Die Mitarbeitenden arbeiten hart daran, die Daten zu verbessern, aber sie haben das Gefühl, dass sie oft gespeichert werden oder unter der Überschrift "Daten von 'x' Quelle" oder "Daten von 'y' Kollege/Kollegin, stehen.



Oft können die von den Datenprofis erstellten Daten vom den Vertriebs- und Marketing-Team nicht verwendet werden. Manchmal sind sie für sie unerreichbar, und wenn sie sie bekommen, sind sie veraltet oder überflüssig.



Die Arbeit wird ineffizient erledigt, weil mehrere Personen von einem "Quelldaten-Denken" geleitet werden und dadurch an vielen Stellen doppelte Datensätze entstehen.

Die Konsistenz und Einheitlichkeit von Produkten und Dienstleistungen auf allen Kanälen beginnt damit, dass Daten an einem Ort organisiert werden.

Herausforderung III.

Wie kann ein zentraler Ort für Daten geschaffen und zeitgleich Kundinnen und Kunden auf jedem Gerät und jedem Kanal ein einheitliches Erlebnis geboten werden?

Für solch ein attraktives digitales Erlebnis sollten nicht nur Produktdaten zentralisiert werden. Auch Informationen wie "Inspiration", "Wissen", "Anwendung", "Ereignisse" und "Fälle" sollten mit ihnen gebündelt werden. Sie sollten all diese Daten in Ihrem PIM-MDM-Tool speichern.

***Tipp:** Wählen Sie eine einzige digitale Plattform, statt separater Tools für PIM-MDM, DAM, CMS, E-Commerce und MAM.*

Die Daten müssen dann von einer Quelle (PIM-MDM) an drei Systeme (CMS, eCommerce und Mobile App) gesendet werden, wobei jedes System seine eigene Herausforderung mit sich bringt. Höchstwahrscheinlich wird dies der Beginn neuer Content-Probleme sein, da Inhalte im CMS und/oder eCommerce-System hinzugefügt werden. Diese Inhalte sollten nur von einer Quelle aus gepusht werden.



Noch besser wäre es, wenn die Website, der elektronische Geschäftsverkehr und die mobile Anwendung von einer Plattform aus erstellt würden. Mit anderen Worten: eine einzige digitale Plattformlösung. Werfen Sie einen Blick auf die Software-Erfahrung von Adobe oder Pimcore. Der Schwerpunkt ihrer Produkte liegt auf einer einzigen digitalen Plattform.

Sie folgen zwei einfachen Prinzipien:

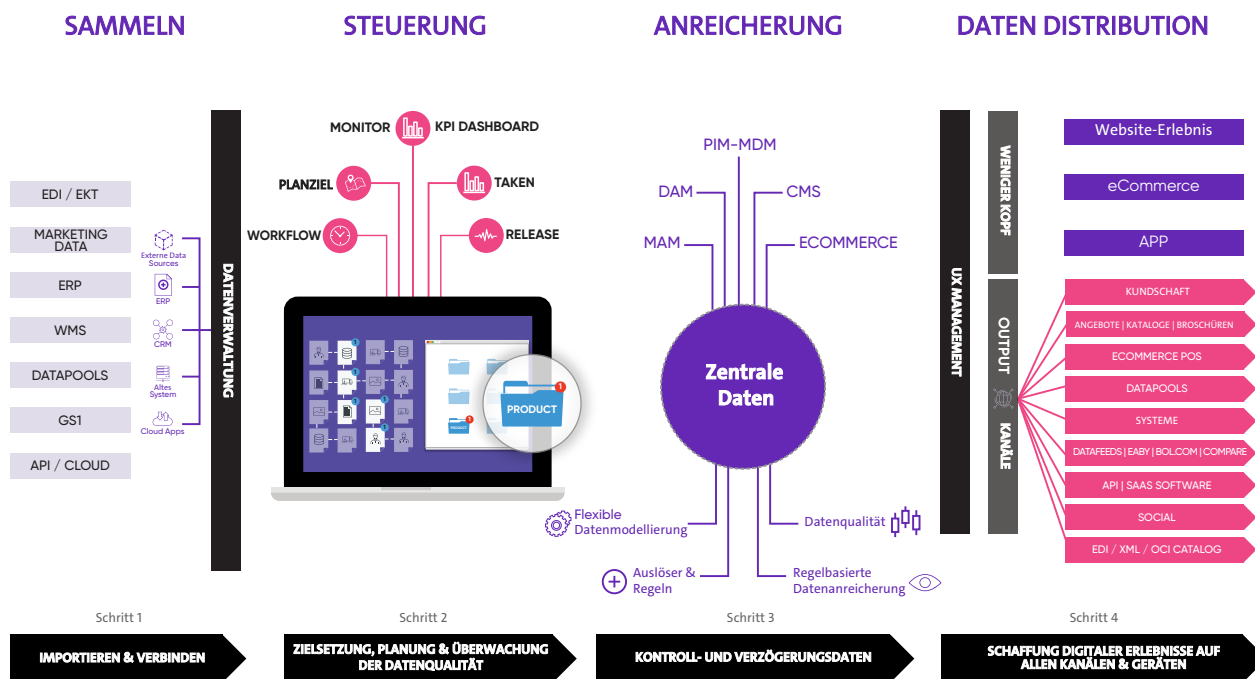


Daten: Es gibt Daten, und diese müssen auf intelligente Weise verwaltet werden; dafür brauchen Sie ein „Daten-Management“.



Erfahrung: Daten sollten auf eine smarte Art und Weise Geräten, Kundinnen/ Kunden und Lieferanten/Lieferantinnen zur Verfügung gestellt werden.

Diese Produkte bieten dann Werkzeuge und vorprogrammierte Komponenten für E-Commerce- Websites oder Apps. Alles in einer Quelle und alles direkt auf einer Plattform zu haben, bietet eine extreme Vereinfachung der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) Landschaft, was zu einer schnelleren Markteinführung führt.



Herausforderung IV.

Wie kann man die Datenqualität verwalten und Erkenntnisse darüber gewinnen? Und wie kann der Prozess der Datenqualitätsverbesserung effizienter gestaltet werden?

Alle Daten an einem Ort zu haben, ist nur der Anfang. Es kann aber auch eine Lösung für Fragen der Führungsebene oder des Managements eines Unternehmens sein, wie z. B.:



Wie steht es um die aktuelle Qualität der Daten und was wollen wir wirklich von ihnen?



Wie können wir zeitgleich die Daten auf die gewünschte Qualität bringen und Erkenntnisse gewinnen?



Wie können wir Daten anreichern und ihre Qualität in Bezug auf wichtige Variablen wie Rechtsvorschriften, Spezifikationen von Materialien oder Zutaten (z. B. Lebensmittel) überwachen?

All dies erfordert ein geeignetes Instrumentarium – für die Organisation, die Festlegung von Zielen, die Planung von Projekten zur Datenverbesserung, die Überwachung der Datenqualität, das Herausfiltern von Ausnahmen, den Abgleich der Daten mit Rechtsvorschriften und die Freigabe von Daten.

Herausforderung V.

Wie wird sichergestellt, dass die Daten den Gesetzen und Vorschriften entsprechen?

Immer mehr Organisationen müssen nachweisen, dass ihre Daten den Gesetzen und Vorschriften entsprechen. Darüber hinaus müssen sie in der Lage sein, nachzuweisen, welche Datenblätter (einschließlich Spezifikationen) an welche Kundinnen/Kunden geschickt wurden.

Hersteller aus der Lebensmittelindustrie beispielsweise, liefern die Informationen (Inhaltsstoffe) von Produkten, um den Rechtsvorschriften des Landes zu entsprechen, in dem sie aktiv verkauft werden. Die Einrichtung dieses Konformitätsprozesses kann sehr komplex und arbeitsintensiv sein, wenn die geeigneten Tools nicht zur Verfügung stehen.



Bei einem Bauvorhaben beispielsweise, werden die Produkte in digitaler Form von verschiedenen Gebäuden, Architekt:innen und BIM-Softwareanwendungen (Building Information Modeling) verwendet, in denen Anlagen, Gebäude und Räume gezeichnet werden. Wenn die Produktdaten in Bezug auf Tragfähigkeit, Länge, Breite, Gewicht oder Materialart fehlerhaft sind, kann das enorme Folgen haben. Die Produktdaten müssen also zwingend korrekt sein.

Wie werden Daten an die Kundinnen/ Kunden übertragen?

Die Notwendigkeit, Daten gleichzeitig an Kundinnen/Kunden, Lieferantinnen/Lieferanten, Verbrauchenden, Portale, andere Anwendungen und Systeme auf verschiedenen Kanälen und Geräten zu verteilen, nimmt zu.

Das bedeutet, dass die Daten für ein besseres Online-Erlebnis in der mobilen App und auf der E-Commerce-Website auf ansprechende Weise präsentiert werden müssen. In der "alten Welt" waren mehrere Systeme erforderlich, um diese Daten zu verbreiten: Website (oft mit separaten CMS), Webshop (separates E-Commerce-System) und mobile App (mit einer separaten MAM- Anwendung; Mobile Application Manager).



Bei der Zentralisierung von Daten und Anlagen ist es jedoch nicht nur wichtig zu verstehen, woher die Produktdaten kommen, sondern auch, wie sie verwendet werden, um zu verstehen, wo die Teile des Stammdatensatzes benötigt werden. Unternehmen müssen sich mit neuen Wegen des Verwendung von Daten verschiedener Parteien Marketings vertraut machen, indem sie Produktinformationen zusammen mit Nachrichten konsistent an Kunden weitergeben.

VERWENDUNG VON DATEN VERSCHIEDENER PARTEIEN

DATAFEEDS XML, CSV OF XLS

WEBPORTAL

OPENING API

EDI / OCI CATALOG

Herausforderung VII.

Wie lassen sich Zeitschriften, Faltblätter und Broschüren schnell und kostengünstig erstellen?

Daten stehen auch für die physische Kommunikation zur Verfügung – z. B. für Faltblätter, Zeitschriften und Broschüren. Sie sind ebenso wichtig wie hochwertige Grafiken und Bilder. Wenn Sie die Daten in einem digitalen Tool verwalten, können alle Daten und Bilder von diesem zentralen Ort aus abgerufen und an Grafiksoftware wie Adobe Indesign übertragen werden.

Eine Tool, das derzeit von Unternehmen zur Automatisierung der Produktion von Katalogen und Broschüren mit Adobe Indesign eingesetzt wird, ist "Easycataloger" von 65bit software.

Dieses Tool stellt sicher, dass die Daten aus PIM-MDM sofort in Adobe InDesign verfügbar sind. Das Tool sorgt außerdem dafür, dass Produkte automatisch in den Vorlagen aufgezählt werden, bietet eine automatisierte Seitennummerierung und richtet sich automatisch aus, wenn Bildmaterial zwischen den Produkten platziert wird.



Ebenfalls beachtenswert: Die Möglichkeiten von PDF-Kataloggeneratoren. Verschiedene PIM-MDM-Tools unterstützen die Generierung von druckfertigen Prospekten, Preislisten und Katalogen, ohne dass Design-Teams eingreifen müssen. Das spart nicht nur Arbeitsstunden, sondern auch die Lizenzkosten für Softwareprogramme. Solche Tools können auch Prospekte und Zeitschriften für Ihre Kundschaft erstellen. Fehler in den Daten gehören der Vergangenheit an, denn die Daten werden in Echtzeit für jede Version generiert.

Tipp: Stellen Sie sicher, dass alle Originalbilder von Produkten, sonstigem Bildmaterial, Themes und dergleichen in Ihrer digitalen Datenplattform gespeichert sind. Sparen Sie Ihrem Design-Team Zeit, indem Sie das Tool "Easycataloger" einrichten. Dieses Tool erledigt Vieles automatisch und ruft die Bilder und Daten von Ihrem PIM-MDM-Tool ab, das Teil Ihrer zentralen digitalen Plattform ist.

Herausforderung VIII.

Wie erstellt man eine API-gesteuerte IT-Architektur? Und warum sollte man das tun?

Bislang gab es üblicherweise verschiedene Systeme für die Datenspeicherung: CMS für Website-Inhalte, MAM für mobile Inhalte, DMS für Dokumente, PIM für Produktdaten, DAM für Assets wie Bilder und Dateien und MDM für alle Daten.

Dann kam der Wunsch auf, alle Daten miteinander zu verknüpfen. Dies geschieht häufig durch die Einrichtung eines Enterprise Service Bus (ESB), der über dem System steht und alle Daten aus dem System "gleichmäßig" abrufen und verteilt.



Wenn wir ein Tool wie Pimcore verwenden, um alle Daten in einer digitalen Plattform abzudecken, wird dieses Problem effektiv gelöst.

Es gibt viele Gründe für den Bedarf an einer API-gesteuerten IT-Landschaft:



Daten werden zunehmend in Echtzeit und damit über Webdienste (API) verteilt. Eine zentrale API-Lösung stellt sicher, dass der Zugriff auf Daten und Funktionen immer über die API erfolgen kann. Eine Funktion in einer Plattform kann jedoch nur über die API entwickelt werden.



Die heutige IT-Landschaft besteht aus vielen SaaS-Softwarepaketen, von denen jedes eine API anbietet. Um besser vernetzt zu sein, in dieser Welt, in der alle Arten von Tools zur Verfügung stehen, sollte man darauf vorbereitet sein, "verbunden" zu sein.

ERSTE SCHRITTE MIT PIMCORE

Bei der Verwaltung Ihrer Daten sollten Sie Folgendes bedenken:



Bei PIM-MDM geht es nicht nur um Tools und Systeme, sondern um eine Unternehmensphilosophie, die auf Unternehmensrichtlinien und Unterstützung beruht. Sie können nicht in einem Vakuum funktionieren.



Fast genauso wichtig wie die Informationen für den Kunden sind die Daten, auf die die verschiedenen Abteilungen Ihres Unternehmens zugreifen und die sie nutzen.



Produktdaten werden von mehreren Benutzern in verschiedenen Phasen geändert, die Informationen sollten jedoch an jedem Kontaktpunkt und zu jedem Zeitpunkt einheitlich sein.



Bei der Implementierung von PIM-MDM sollten Sie sich auf die Förderung von Zusammenarbeit und Effizienz konzentrieren.

Pimcore, der Software-Stack für das Management von Daten und Nutzererfahrungen, ist stolz darauf, eine der effektivsten und stärksten [Open-Source-Digitalplattformen](#) anzubieten.

Egal ob es sich um Daten, Kanäle oder Prozesse handelt, Pimcore stellt das Informationsmanagement in den Mittelpunkt aller digitalen Erfahrungen und Integrationen – unabhängig von der Menge Ihrer Daten.

PIMCORE®

Own the Digital World

Gartner®

Cool Vendor
for PIM & E-Commerce



MarketScape PIM
for Commerce 2019–2020

FORRESTER®

PIM Vendor Landscape,
Now Tech Report:
Digital Experience Platforms

G² | CROWD

★★★★★
4.4 out of 5



★★★★★
4.9 out of 5

Capterra

★★★★★
5 out of 5



ÜBER PIMCORE

- 2013 gegründet
- 120+ Partnerschaften wie Infosys, Arvato Systems und viele Digitalagenturen und Systemintegratoren
- 100+ Unternehmenskunden wie Audi, Pepsi, Dr Oetker, Yamaha

MELDEN SIE SICH!

pimcore GmbH

Söllheimerstraße 16
Gusswerk 6
Salzburg, Austria
+43 662 876606 230
info@pimcore.com

WWW.PIMCORE.COM