

# Viamedici-Fachinformationen

## Produktdaten-Management: Neue Perspektiven für Marketing, Vertrieb und Service

**Globale Märkte, wachsender Wettbewerbsdruck und hohe Innovationsquote stellen hohe Anforderungen an moderne Unternehmen. Dabei sind nicht nur Entwicklung, Produktion und Logistik gefordert, sondern vor allem auch Marketing, Vertrieb und Service.**

Während man in den meisten Unternehmensbereichen in den letzten 20 Jahren viel investiert hat um effiziente Prozesse und damit ein flexibles und schlagkräftiges Unternehmen zu schaffen, wurden Marketing, Vertrieb und Service vernachlässigt. Ineffiziente Prozesse und ungenügende Informationsverwertung prägen oftmals das Bild. Wie soll der Vertrieb gut verkaufen, wenn er aufgrund des großen Sortiments die eigenen Produkte ungenügend kennt? Wie soll er argumentieren ohne Informationen zu Wettbewerb und Kunde? Wie sollen die Möglichkeiten des E-Commerce ausgenutzt werden, wenn schon das Einstellen der Produkte zum Hemmnis wird? Wie soll der Service immer mehr zum Unternehmenserfolg beitragen, wenn die Service-Mitarbeiter nicht weltweit und lückenlos auf Wartungsunterlagen, Ersatzteilm Informationen und -kataloge zugreifen können?

Auch wenn sich die grundlegenden Prinzipien von Marketing und Vertrieb nicht geändert haben, so sind doch ausgefeiltere Methoden erforderlich um bestehen zu können. Neue Technologien verändern die Rahmenbedingungen und müssen kontinuierlich bewertet werden. So hat sich sowohl im Industrie- als auch im Verbraucher-Bereich E-Commerce etabliert, muss aber sinnvoll mit den konventionellen Vertriebskanälen verzahnt werden um optimalen Kundenservice sicherzustellen und Konflikte zu vermeiden. E-Procurement-Lösungen reduzieren die Transaktionskosten in den Beschaffungsabteilungen der Kunden erheblich. Fehlende Unterstützung kann sich als deutlicher Wettbewerbsnachteil erweisen. Das Internet ist als Informationsmedium weltweit etabliert und RFID steht in den Startlöchern.

Eine Reihe innovativer Unternehmen wie METABO, VAILLANT, KÄRCHER, SICK oder BOSCH REX-ROTH haben mittlerweile reagiert und auch im Marketing und Vertrieb für mehr Effizienz gesorgt. Ein zentrales Produktinformationssystem liefert dabei die nötige Infrastruktur.

So stehen bei METABO sämtliche Produktinformationen in Echtzeit zur Verfügung – nicht nur die der eigenen Produkte, sondern auch die des Wettbewerbs. Möglich wird das durch ein zentrales Produktinformationssystem, in dem über klar definierte Prozesse die einzelnen Informationsbausteine bereichsübergreifend direkt im Moment der Entstehung erfasst werden. Damit können dann problemlos spezifische Vertriebsstrategien unterstützt werden wie z. B. ein Datenservice für den Fachhandel zur unkomplizierten Vermarktung von METABO Produkten. Portale und länderspezifische Websites werden gezielt und automatisiert mit Produktinformationen versorgt. Jedes neue Medium und jeder neue Vertriebskanal kann kurzfristig unterstützt werden. Auch Datenblätter und Kataloge werden automatisiert und bedarfsgerecht erstellt. Die dadurch frei werdenden Budgets können für eine verstärkte globale Markenpräsenz genutzt werden.

SICK, ein führender Hersteller von Sensoren für die Automatisierungstechnik hat ein ähnliches Szenario wie METABO geschaffen, versorgt aber zusätzlich noch mehr als 40 Kunden mit E-Procurement-fähigen Daten und bietet somit zusätzlichen Mehrwert.

Produktinformationssysteme verbinden eine intuitive Bedienoberfläche zur bereichsübergreifenden Erfassung und Verwaltung sämtlicher Produktdaten einschließlich Bildern, Grafiken und Marketingtexten mit einer leistungsfähigen Workflow-Engine zur Prozesssteuerung. Durch Integration mit anderen Systemen, insbesondere ERP, werden bereits vorhandene Daten verfügbar gemacht. Eine Cross Media Publishing Umgebung sorgt für die bedarfsgerechte und automatisierte Bereitstellung der Inhalte für unterschiedlichste Zielmedien. Reporting- und Analysetools unterstützen das Produktmanagement und den Vertrieb.

Die Einführung eines Produktinformationssystems ist die Basis für ein Reengineering der Marketing- und Vertriebsprozesse. Hohe Automatisierung und effiziente Informationsverwertung erschließen dabei erhebliche Potenziale.

*Jürgen Müller*  
Geschäftsführer der Viamedici Software GmbH