

5 Fakten zum E-Commerce + Mit PxM zum Erfolg in der neuen Normalität

Der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen in der „neuen Normalität“ über den primären digitalen Kanal erfordert, dass Unternehmen ihre Geschäftsstrategien anpassen und einen erfolgreichen Omnichannel-Vertrieb ermöglichen. Product Experience Management (PxM) unterstützt Unternehmen bei der effektiven Verwaltung und Zusammenarbeit von Produktinhalten, bei der Automatisierung von Workflows auf Basis von AI/ML sowie bei der Versorgung von Vertriebs- und Marketingkanälen mit zuverlässigen, umfassenden und kontextbezogenen Produktinhalten.

1.

Agilität und Anpassung: Ein Muss für Unternehmen beim sich ändernden Kaufverhalten von Kunden

Die Erwartungen und Prioritäten der Kunden haben sich geändert und beeinflussen die Art und Weise, wie wir einkaufen und Geschäfte abwickeln.



62 %

Anstieg bei Online-Einkäufen und Abholung im Geschäft.

„Unsere Online-Umsätze haben sich vervierfacht, weil unser gesamtes Produktsortiment online verfügbar ist.“¹

Kmart



2.

„KLINGEL hat den Omnichannel-Vertrieb gesteigert und verkauft seine Marken erfolgreich auf digitalen Marktplätzen wie Amazon, eBay und OTTO.“²

KLINGEL



Digital: Der neue primäre Kanal für Kundenbindung

Mit Digital als primärem Kanal müssen Unternehmen online mit Verbrauchern und B2B-Kunden in Kontakt treten und das gleiche Maß an Qualität und Zugänglichkeit bieten.

100 %

Steigerung der Online-Lebensmittelverkäufe

209 %

Steigerung des E-Commerce-Umsatzes im Jahresvergleich

3.

Komfort, Relevanz und Sicherheit zur Förderung der Kundentreue

Die Kundenbindung in der neuen digitalen Welt erfordert einen Fokus auf stabile Lieferketten, ein hochwertiges, relevantes und personalisiertes Produkterlebnis sowie bequeme und kontaktlose Einkaufsmöglichkeiten.



81 %

der Verbraucher treffen Kaufentscheidungen basierend auf Vertrauen³

„Durch die schnellere und konsistentere Veröffentlichung hochwertiger Produktinformationen auf mehreren Kanälen können wir den Umsatz steigern, das Anrufvolumen der Kunden und die Produkt-Retouren reduzieren sowie die Kundenzufriedenheit verbessern.“⁴

**NORDAMERIKA
WERKZEUGHÄNDLER**



4.

„Informatica MDM – Product 360 hat uns dabei geholfen, die Anzahl an Warenrückgaben zu reduzieren, da mehr Kunden bereits mit der ersten Lieferung zufrieden sind.“⁶

KLINGEL



Zuverlässige und umfangreiche Produktinhalte ermöglichen fundierte Kaufentscheidungen

Funktionen für den Omnichannel-Vertrieb sind für eine fundierte und angenehme Produkterfahrung ausschlaggebend, um Umsätze und Verkäufe zu steigern sowie Rücksendungen zu reduzieren.



64 %

der zurückgegebenen Online-Einkäufe entsprechen nicht der Beschreibung⁵

5.

Workflow-Automatisierung Kürzere Zeitspanne bis zur Markteinführung

Automatisierte und optimierte E-Commerce-Workflows steigern die Effizienz im Produktinformationsmanagement, senken die Kosten und beschleunigen die Produkteinführung.



75 %

der Unternehmen haben begonnen, Geschäftsprozesse zu automatisieren, oder planen eine Automatisierung⁷

Mit Product 360 kann der Baumarktbetreiber Hubo bis zu 10 Mal schneller neue Produkte und Lieferanten mithilfe eines Self-Service-Portals aufnehmen.⁸

Hubo



LADEN SIE DAS E-BOOK HERUNTER, UM MEHR ZU ERFAHREN

¹ <https://www.digitalcommerce360.com/2020/04/01/us-ecommerce-sales-rise-25-since-beginning-of-march/>

² <https://www.digitalcommerce360.com/2020/04/01/us-ecommerce-sales-rise-25-since-beginning-of-march/>

³ <https://www.aciworldwide.com/news-and-events/press-releases/2020/may/global-ecommerce-retail-sales-up-209-percent-in-april-aci-worldwide-research-reveals>

⁴ https://www.informatica.com/content/dam/informatica-com/en/collateral/customer-success-story/tools-retailer_customer-story_3855.pdf

⁵ <https://www.salecycle.com/blog/featured/ecommerce-returns-2018-stats-trends/>

⁶ https://www.informatica.com/content/dam/informatica-com/en/collateral/customer-success-story/klingel_customer-story_3747.pdf

⁷ <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/the-automation-imperative>

⁸ https://www.informatica.com/content/dam/informatica-com/en/collateral/customer-success-story/hubo_customer-story_3723.pdf



Informatica