

DMEXCO: pirobase imperia stellt Verbesserung der Customer Experience mit PXM in den Vordergrund

Köln, 21. August 2019

DMEXCO: Die pirobase imperia GmbH zeigt, wie Unternehmen die Customer Experience mit emotionalen Produkterlebnissen optimieren können.

Die pirobase imperia GmbH zeigt auf der diesjährigen DMEXCO, wie Unternehmen die Customer Experience mit emotionalen Produkterlebnissen optimieren können. Mit Product Experience Management (PXM) haben Unternehmen die Erlebnisse ihrer Kunden und alle Produktdaten im Griff. pirobase imperia bietet mit der Kombination aus Content Management (CMS) und Produktinformationsmanagement (PIM) eine solche PXM-Lösung an. Als Single Point of Truth unterstützt diese Plattform Anbieter bei der ressourcenschonenden Umsetzung eines PXMs.

Die DMEXCO findet in diesem Jahr am 11. und 12. September in Köln statt. Die PXM-Experten von pirobase imperia sind auf dem Stand C-053 in der Halle 7.1 zu finden.

„Angebote miteinander vergleichen, Produktbewertungen studieren, einkaufen von unterwegs oder auf dem Sofa: Die Kundenansprüche speziell an die Produktdaten sind durch das transparente Online-Shopping stark gestiegen“, sagt Niko Henschen, CEO der pirobase imperia GmbH. „Anbieter, die weiterhin erfolgreich sein wollen, sind gefordert, sich von der Konkurrenz abzuheben und eine emotionale Verbindung zwischen Kunde und Produkt herzustellen. Dies gelingt, indem sie ihren Kunden eine ganzheitliche Erfahrung mit aktuellen Produktdaten ansprechend an sämtlichen Touchpoints bieten. Das ist der Kern von PXM.“

Omni-Channel ist ein Muss

Neben der Aktualität der Inhalte ist es darüber hinaus erforderlich, dass Anbieter auf unterschiedlichen Kanälen unterwegs sind. Das bestätigt auch eine auf Harvard Business Review veröffentlichten Studie. Demnach nutzen knapp drei Viertel der 46.000 befragten Online-Shopper mehrere Kanäle. Dabei stehe das Omni-Channel-Verhalten in direkter Verbindung mit der Höhe des Einkaufswertes: Je mehr Kanäle ein Konsument verwendet hat, desto mehr hat er gekauft.

Zeitsparende Pflege von Produktdaten

Der Content muss für jede Erwartung, Sprache, Markt oder Kultur angepasst sein und außerdem noch suchmaschinenoptimiert bzw. visuell ansprechend abgebildet werden. Valide, attraktive Produktdaten sind dafür der Schlüssel. Pflegen Unternehmen ihre Produktdaten jedoch manuell in unterschiedlichen Anwendungen, sind Fehler bei der Übertragung, beispielsweise in ein CMS, vorprogrammiert. Darüber hinaus werden unnötig viel Zeit und Ressourcen verbraucht, wenn Informationen an mehreren Stellen vorgehalten werden. So ergab die Befragung von ibi research und der Creditreform, dass mehr als 90 % der Teilnehmer davon ausgehen, dass der Aufwand, vorhandene Produktdaten für einen Online-Shop oder Marktplatz nutzbar zu machen, systematisch unterschätzt wird.

Um Fehler bei der Produktdatenpflege zu eliminieren und den Zeitaufwand zu reduzieren, ist es empfehlenswert, eine zentrale Quelle validierter Daten zur Verfügung zu stellen. „Ein Produktinformationsmanagement (PIM) ist die perfekte Grundlage für einen solchen Single Point of Truth. Ist dieses mit einem Content-Management-System (CMS) in einem Produkt integriert, lassen sich Produktdaten medienbruchfrei für unterschiedliche Kanäle nahtlos ausspielen“, sagt Niko Henschen.

Genau eine solche PXM-Lösung bietet die pirobase imperia GmbH durch die Kombination von pirobase CMS und pirobase imperia PIM an. Mit dieser zentralen Content-Plattform lassen sich emotionale Marketinginhalte und validierte Produktdaten per Drag and Drop in kürzester Zeit in Websites, Shops oder Apps integrieren. Der daraus entstehende personalisierte Content sorgt für Kaufanreize und eine bessere Customer Experience.

Für Unternehmen, die Print-Kataloge erstellen, verfügt pirobase imperia PIM über Schnittstellen an Publishing-Lösungen, wie Inbetween. So müssen auch hier keine Daten manuell übertragen werden, sondern lassen sich einfach aus dem PIM-System zur Katalogproduktion ausleiten.

Über die pirobase imperia GmbH

Die pirobase imperia GmbH ist Hersteller und Anbieter der innovativen Lösungen für Content- und Produktinformationsmanagement pirobase CMS und imperia CMS, pirobase imperia PIM und pirobase COMMERCE. Mit diesem Produktportfolio sowie umfassenden Beratungs- und Serviceleistungen versetzt pirobase imperia ihre Kunden in die Lage, ihre Marketing-Erfolge in der Online-Welt schnell und intuitiv zu erkennen und zu messen. Davon profitieren Unternehmen aus den Bereichen Finanzen, Industrie, Medien und Handel sowie öffentliche Verwaltungen. Zu den Referenzkunden zählen unter anderem ARAG, BASF, Bosch, HRS, Kyocera, Melitta, Siemens Healthineers sowie die Stadt Köln bzw. die Stadtwerke Erfurt Gruppe.

Weitere Informationen: www.pirobase-imperia.com



BOSCH

Munich RE 

SIEMENS
Healthineers 

 **BASF**
We create chemistry

Melitta®

 **WWU**
MÜNSTER



 Die Bayerische
POLIZEI

ITEOS


Baden-Württemberg

 **NABU**

 **Berlin.de**



„DekaBank

 **HRS**
Global Hotel Solutions

Ihre Redaktionskontakte:

pirobase imperia GmbH
Mario Mesic
Von-der-Wettern-Straße 27
51149 Köln
Telefon: +49 2203 93530-2172
mario.mesic@pirobase-imperia.com

good news! GmbH

Nicole Gauger
Kolberger Str. 36
23617 Stockelsdorf
Telefon: +49 451 88199-12
nicole@goodnews.de
www.goodnews.de