



Handleiding voor de marketing manager voor een succesvolle webshop met PIM

Zo creëert u in no time een betere koopbeleving voor uw klanten

© 2016 Perfion

Inhoud

- 03** Inleiding
- 04** Sneller op de markt
- 07** Probleemloos naar nieuwe markten
- 09** Uniforme branding in alle kanalen
- 12** Een optimale koopbeleving



Dit is Lisa. Ze is marketing manager bij een middelgroot groothandelsbedrijf. Laten we zeggen dat het Acme BV heet. Acme bevindt zich in een groeifase – zowel het productassortiment als de aanwezigheid op de wereldkaart wordt uitgebreid. Op dit moment is het bedrijf actief in vier landen en er worden doorlopend nieuwe verkoopmarkten toegevoegd.

Lisa heeft dus het druk. Vooraf waren er ook al taken genoeg die haar bureau en haar werkdag vulden, en de druk is niet minder geworden, aangezien Acme onlangs – na een lange voorbereidingsperiode – een nieuw verkoopkanaal heeft geïntroduceerd in de vorm van een webshop.

Daarmee heeft Lisa er een kanaal bij gekregen dat ze in goede banen moet leiden, en ze heeft het gevoel dat ze, ook al zou ze de hele dag alleen aan e-commerce besteden, nog niet alles in de greep krijgt.

Ze heeft behoefte aan een systeem dat haar volledige controle geeft over alle productinformatie die ze nodig heeft om de klant precies de juiste koopbeleving te bieden, en waarmee ze aan de eisen van haar chef kan voldoen, die snellere marktintroductie van nieuwe producten en aanpassingen van bestaande producten wenst.

In deze handleiding laten we u zien hoe Lisa haar werk sneller, beter en bevredigender voor zowel zichzelf als haar chef kan uitvoeren met behulp van een Product Information Management-systeem* (PIM-systeem), dat nauw geïntegreerd is met het e-commerce platform van het bedrijf.

Een nauwe integratie betekent in dit verband dat Lisa alle productinformatie die via het PIM-systeem wordt verwerkt, rechtstreeks in de webshop – en tegelijk in alle andere verkoopkanalen – kan publiceren. Met PIM kan ze allerlei productinformatie bijhouden vanaf één centraal punt.

**De concrete functies van een PIM-systeem, waar deze handleiding naar verwijst, zijn afkomstig van Perfion PIM. Het is daarom niet gezegd dat alle genoemde voordelen ook voor andere PIM-systemen gelden.*





Sneller op de markt



Sneller op de markt

De afgelopen jaren werd Lisa's dagelijks werk vooral gedomineerd door één factor: alles moet sneller. De producten moeten sneller van het ideestadium naar de marktintroductie worden gebracht, en Lisa en haar collega's moeten ze sneller kunnen ondersteunen met de noodzakelijke marketinginspanningen. Eerder gaf Acme bijvoorbeeld één grote catalogus per jaar uit, maar die verouderde te snel in verhouding tot de veranderingen in zowel de producten als de behoeften van de klanten. Vandaar dat de frequentie werd opgevoerd naar 4 uitgaven per jaar.

Het besluit om aan de slag te gaan met e-commerce heeft met diezelfde trend te maken. Via de webshop kan Acme online altijd een actuele presentatie van de producten aanbieden, en wordt het voor de klant gemakkelijk om zo efficiënt mogelijk in zijn behoeften te voorzien.

De grootste uitdaging voor Lisa is tegemoet te komen aan het management dat snelle marketing van nieuwe producten in de webshop eist, terwijl ze bovendien een goede koopbeleving moet aanbieden. Ze weet dat de klanten verwachten dat ze snel alle informatie kunnen vinden die ze nodig hebben – van grote productfoto's via technische specificaties tot de actuele voorraadstatus – maar het is een enorm karwei om alle informatie te verstrekken, omdat die op dit moment over meerdere systemen in het bedrijf verspreid is.

Zo kan een PIM-systeem uitkomst bieden

Met een Product Information Management-systeem krijgt Lisa ineens een instrument dat haar een reeks nieuwe mogelijkheden biedt. Het PIM-systeem verzamelt alle productinformatie in één centraal systeem, en daarmee wordt het 'a single source of truth' voor gebruik van productinformatie in alle marketing- en verkoopkanalen.

Terwijl ze vroeger moest wachten tot producten werden vrijgegeven voor marketing – gewoonlijk later dan vermeld in het lanceringsplan – kan ze nu veel eerder met haar werk beginnen.

Omdat zowel de productafdeling als de marketing op basis van het PIM-systeem werken, kan ze al marketingmateriaal gaan opbouwen, terwijl de productafdeling nog de puntjes op de i zet. Ze kan het product al aanmaken in de webshop en gereed maken voor publicatie, ook als de vertalingen, productfoto's en dergelijke wellicht nog ontbreken of het product nog niet is aangemaakt in ERP.

Wordt vervolgd...

Zo kan een PIM-systeem uitkomst bieden (vervolg)

Zodra iedereen de informatie heeft aangeleverd die nodig is voor publicatie geeft het systeem aan dat het product 'gereed voor de webshop' is, waarna het rechtstreeks vanuit PIM in de webshop kan worden gepubliceerd.

De nauwe integratie tussen het e-commerce platform en het PIM-systeem is ook een groot voordeel wanneer er wijzigingen in producten moeten worden aangebracht. In plaats van de informatie in de webshop te moeten bijwerken, bijvoorbeeld een nieuwe foto uploaden, hoeft ze alleen maar de foto in het PIM-systeem aan te passen. Vervolgens wordt de nieuwe foto automatisch naar alle relevante kanalen gezonden, zodat bijvoorbeeld ook productinformatiebladen direct van de nieuwe foto worden voorzien.

Met een PIM-systeem is Lisa dus minder tijd kwijt aan basale bewerking van productinformatie, zodat ze zich in plaats daarvan kan concentreren op het bedenken van creatieve marketingacties.

Voordelen:

- Efficiëntere productlancering met flexibele processen in plaats van rigide workflows
- Snel aanmaken en aanpassen van informatie dankzij nauwe integratie tussen PIM en e-commerce





Probleemloos naar
nieuwe markten



Probleemloos naar nieuwe markten

Als er iets is wat marketing complex kan maken, dan is het wel de overgang van marketing in één land naar het veroveren van nieuwe markten in meerdere talen.

Dat is precies de uitdaging waarmee Acme BV en Lisa nu geconfronteerd worden. De afgelopen jaren heeft Acme haar business uitgebreid naar 3 nieuwe landen en het is een onderdeel van de strategie dat deze ontwikkeling zich voortzet.

Dankzij e-commerce kan Acme veel gemakkelijker een mondiale markt veroveren en hoeft het niet in al die landen een grote lokale verkoopvestiging te hebben. Internationale e-commerce kent echter ook zijn uitdagingen. Talen, valuta's, invoerrechten, leveringsmogelijkheden, etc. stellen eisen aan wat het e-commerce platform moet kunnen ondersteunen.

Lisa's grootste zorg is dat de producten in alle talen op de juiste manier moeten worden gepresenteerd. Het kan een heel karwei zijn om ervoor te zorgen dat alle benodigde productinformatie vertaald wordt, en vooral als er wijzigingen moeten worden aangebracht, rust op haar de zware taak om alle taalversies te laten corrigeren.

Zo kan een PIM-systeem uitkomst bieden

Met een PIM-systeem wordt het veel eenvoudiger om taalversies te creëren en onder controle te houden.

Omdat je heel eenvoudig gegevens van het PIM-systeem kunt exporteren en importeren, wordt het vertalen van teksten gewoon een van de taken die uitgevoerd moeten worden voor een product gereed is voor publicatie. Vertaalbureaus kunnen probleemloos in de workflow worden geïntegreerd, en de teksten kunnen geëxporteerd worden naar een format waar vertaalbureaus mee kunnen werken. Vervolgens kan de vertaling op de juiste plaatsen in het PIM-systeem worden geïmporteerd.

Daarmee verdwijnt het lastige knippen en op de juiste plaats plakken van teksten op een bepaald e-commerce platform, omdat alles vanuit het PIM-systeem wordt aangestuurd. Überhaupt worden veel van de administratieve taken waarmee een vertaling normaal gesproken gepaard gaat, overbodig.

Nieuwe taalversies zijn gemakkelijk toe te voegen, dus hoewel internationale marketing een complexe zaak blijft, hoeft het aansturen van productinformatie in alle markten en talen niet langer een obstakel te zijn.

Voordelen:

- Externe vertalers leveren het werk rechtstreeks in het systeem, voor een efficiëntere workflow
- Nieuwe taallagen worden gemakkelijk toegevoegd



Uniforme branding in alle kanalen



Uniforme branding in alle kanalen

Een van Lisa's belangrijkste taken is ervoor te zorgen dat het merk Acme duidelijk naar voren komt in alle kanalen en dat potentiële klanten een uniform merk aantreffen, ongeacht of ze in de catalogus van Acme bladeren, toevallig een update op social media zien, of de webshop bezoeken.

In het algemeen is het een uitdaging om een uniforme lay-out in stand te houden in alle marketing- en verkoopkanalen, omdat er in de loop der tijd, verspreid over diverse systemen, verschillende versies van aanbiedingsmateriaal, productinformatiebladen en dergelijke ontstaan.

Wat de webshop zelf betreft, irriteert het Lisa als de producten niet met uniforme foto's worden gepresenteerd, of als de productinformatie bij bepaalde artikelen niet compleet is.

Dat komt onprofessioneel over en erger nog: de ontbrekende productinformatie kan ertoe leiden dat potentiële klanten afhaken.

Zo kan een PIM-systeem uitkomst bieden

Als de productinformatie in een webshop rommelig of onvolledig overkomt, is dat vaak te wijten aan het feit dat het lastig is om handmatig te controleren of alle producten op dezelfde manier gepresenteerd worden.

Met een centraal systeem om productinformatie aan te sturen, in de vorm van een PIM-systeem, heeft Lisa een optimaal uitgangspunt om krachtige, uniforme uitingen in alle kanalen te waarborgen.

Het systeem bepaalt automatisch de juiste schaal en grootte van foto's, en Lisa heeft de mogelijkheid om foto's met een hoge resolutie te uploaden. Verder kan ze zeker stellen dat alle maateenheden op dezelfde manier worden vermeld en er heel gemakkelijk voor zorgen dat alle producten worden bijgewerkt met de juiste tekst.

Dit is vooral te danken aan de functionaliteit van het PIM-systeem met betrekking tot het doorgeven van informatie. Als informatie in een bepaalde categorie wordt geactualiseerd, kunnen alle producten in deze categorie direct worden bijgewerkt met dezelfde informatie.

Automatisering van de processen vermindert de kans op fouten die onvermijdelijk ontstaan wanneer gegevens die over verschillende systemen verspreid zijn handmatig moeten worden bijgewerkt. Zo kan Lisa 's nachts rustig slapen, met de zekerheid dat de productgegevens die Acme in de webshop publiceert altijd geldig en actueel zijn.

Wordt vervolgd...

Zo kan een PIM-systeem uitkomst bieden (vervolg)

Het PIM-systeem helpt echter niet alleen Lisa met de webshop, maar garandeert ook uniformiteit in alle kanalen. Daarmee is de beschrijving van de producten overal hetzelfde – op de website, in de webshop, in de catalogus, etc. Met behulp van de lay-outsjablonen van het PIM-systeem kan Lisa er in een handomdraai voor zorgen dat in al het marketing- en verkoopmateriaal altijd hetzelfde logo, dezelfde lettertypen en de juiste foto's worden gebruikt.

Voordelen:

- Centrale aansturing zorgt voor uniforme uitingen in alle kanalen
- Dankzij automatisering behoren handmatige fouten tot het verleden





Een optimale koopbeleving



Een optimale koopbeleving

Bij marketing gaat het erom dat de webshop geoptimaliseerd wordt, zodat het nieuwe verkoopkanaal de gebudgetteerde resultaten oplevert. De klant moet het artikel waarnaar hij op zoek is gemakkelijk kunnen vinden, net als de antwoorden op alle vragen die hij heeft en die een eventuele aankoop in de weg staan.

Er komt van alles bij kijken om dat doel te bereiken, maar het verwerken van productinformatie is een van de belangrijkste aspecten, omdat dit de basis vormt voor een coherente productpresentatie in alle productcategorieën, talen en andere dimensies.

Uniformiteit in de productinformatie is ook belangrijk bij het creëren van logische productcategorieën en een goed werkende zoekfunctie, die bepalend zijn voor de gebruikersbeleving.

Zo kan een PIM-systeem uitkomst bieden

Met een PIM-systeem krijgen Lisa en haar collega's precies de controle over de productinformatie die ze nodig hebben om de klanten een goede koopbeleving in de webshop te kunnen bieden.

Het is handig dat ze in het PIM-systeem een directe afspiegeling kan creëren van de productcategorieën en -structuren in de webshop, die zinvol zijn voor de klanten wanneer ze daarin rondklikken. Op die manier kan ze de structuur in het ERP-systeem loslaten, die immers is opgebouwd rond de behoeften van het bedrijf, in plaats van die van de klant.

Met perfecte productgegevens als uitgangspunt kan ze zeker stellen dat de klanten alle relevante producten te zien krijgen als ze in de webshop producten filteren op maat, kleur, technische specificaties, categorie of andere parameters.

Op die manier voorkomt Acme bovendien dat bepaalde producten niet opgezocht kunnen worden, omdat de tekst waarop de klant zoekt niet gepubliceerd is voor deze producten.

De drukwerkmodule van het PIM-systeem biedt de klant bovendien de mogelijkheid om individueel aangepaste pdf-documenten te downloaden met informatie over de producten waarin ze geïnteresseerd zijn. De documenten zijn gebaseerd op sjablonen die zijn opgebouwd in het PIM-systeem, zodat ze altijd een uniforme en 'on brand' uitstraling hebben.

Zelfbediening voor de klanten in de webshop staat of valt met de gegevens op basis waarvan de klant iets koopt. Die informatie moet altijd geldig en actueel zijn, anders verliest de klant in de loop der tijd het vertrouwen in de webshop. En zonder vertrouwen geen aankopen.

Wordt vervolgd...

Zo kan een PIM-systeem uitkomst bieden (vervolg)

Daarom is centrale aansturing van de productinformatie met behulp van een PIM-systeem een fundamentele voorwaarde, willen Lisa en haar marketingcollega's de koopbeleving creëren die bezoekers in klanten verandert.

Daar komt nog bij dat die aansturing veel sneller gaat dan in het verleden, omdat de verwerking van productinformatie met PIM zo efficiënt is.

Voordelen:

- Controle over productgegevens biedt de mogelijkheid om de koopbeleving te optimaliseren
- Zoeken of filteren op basis van geldige gegevens verhoogt de verkoop





Perfion – Single Source of Truth

Perfion PIM is ontwikkeld voor bedrijven die via vele kanalen en in diverse talen communiceren, en die een complexe productstructuur met veel productgegevens hebben.

Met Perfion beschikt u over één bron voor al uw teksten, technische gegevens, bestanden, foto's, video's, etc. Dat geeft u volledige controle over alle productgegevens op alle verkoop- en marketingplatforms.

Als enige 100% standaardoplossing voor Product Information Management ter wereld geeft Perfion PIM u de basis om uw bedrijfsprocessen te optimaliseren, wat u de kans biedt om de time-to-market te verkorten, nieuwe markten te veroveren en altijd de informatie te leveren die uw klanten nodig hebben.

Dankzij Perfions open API kan de oplossing heel eenvoudig geïntegreerd worden met uw huidige IT-systemen – van uw ERP-systeem via InDesign tot uw Office-pakket. Verder kent Perfion een standaardintegratie met diverse e-commerce platforms, waardoor u uw webshop gemakkelijk up-to-date kunt houden – rechtstreeks in Perfion PIM.