

How Do I Evaluate PIM Solutions? (08/2021)



STEP BY STEP

Wie Sie eine PIM-Lösung für die
Zukunft auswählen



„SELBST DIE BESTE TECHNOLOGIE IM MARKT KANN EINE MANGELHAFTE INTEGRATION IHRER DATEN UND PROZESSE NICHT AUFFANGEN. DAHER IST DIE RICHTIGE WAHL DES INTEGRATIONSPARTNERS MINDESTENS GENAUSO WICHTIG.“

Otakar Tomes
CEO Advellence

Neben den für ein Implementierungsprojekt notwendigen technischen Fähigkeiten müssen Integratoren Beratungs- und Projektkompetenzen aufweisen, um Unternehmen optimal in ihrer digitalen Transformation zu unterstützen.



Was ist PIM?
6

≡ INHALT



12
Evaluation

Über den Gartner Report	4
Was ist PIM?	6
Recherche	8
Auswahl	10
Evaluation	12
Verhandlung	14
Wrap up	16
Impressum	18



Auswahl
10

≡ Gartner Report

„How Do I Evaluate PIM Solutions?“

*Im Gartner Report „How Do I Evaluate PIM Solutions?“, der im August 2021 veröffentlicht wurde, gibt das Analystenhaus Unternehmen einen umfassenden Leitfaden an die Hand, der Sie dabei unterstützt, die richtige PIM-Lösung und den passenden Integrationspartner auszuwählen. Der vorliegende Kommentar ergänzt die Inhalte des Gartner Reports um **wissenswerte Erkenntnisse aus unserer Praxis**.*

≡ Was ist PIM?

Wer sich im Omnichannel-Zeitalter gegenüber der Konkurrenz behaupten will, steht vor der Herausforderung, Produkterlebnisse über viele verschiedene Kanäle hinweg bereitstellen zu müssen. Produktinformationen müssen hierfür gesammelt, angereichert und in Echtzeit in die einzelnen Marketing- und Vertriebskanäle ausgeleitet werden, was oftmals mit einem hohen Ressourceneinsatz einhergeht. Denn jeder Kommunikationskanal, ob Webseite, Onlineshop, -marktplatz, App oder Printkatalog, bringt spezifische Anforderungen und Nutzergruppen mit sich, die bei der Vermarktung der Produkte berücksichtigt werden müssen. Ein effizientes Management von Produktinformationen ist für das Omnichannel-Publishing daher essenziell – und genau hier kommt das Thema PIM ins Spiel.

PIM steht für Product Information Management und umfasst die Verwaltung und Pflege von Informationen, die für die Vermarktung und den Verkauf von Produkten erforderlich sind. Bei einer PIM-Lösung

handelt es sich um das entsprechende Softwareprodukt, das die Workflows rund um die Produktdaten optimiert, indem es deren Verwaltung zentralisiert und manuelle, ineffiziente und nicht skalierbare Prozesse im gesamten Unternehmen digitalisiert. Der ultimative Zweck von PIM-Lösungen ist es, die Markteinführung von Produkten zu beschleunigen und gleichzeitig alle Aspekte der Produktkommunikation zu verbessern. Hierfür hält das System die Produktdaten standardisiert und strukturiert vor und sichert als Single Source of Truth die gewünschte Datenqualität.

Die Auswahl und Einführung einer PIM-Lösung ist ein aufwendiger Prozess und stellt einen nicht unerheblichen Zeit- und Kostenfaktor dar. Für einen reibungslosen und ressourceneffizienten Ablauf müssen die Aufgaben und Verantwortlichkeiten daher klar verteilt sein. Ausserdem braucht es eine ganzheitliche Produktdatenstrategie, die die Richtung des Digitalisierungsprojekts vorgibt.

*Sobald die Produktpalette und/oder -kommunikation ein wenig komplexer wird, ist ein **PIM-System** im Grunde alternativlos.*

≡ Recherche

Steigende Erwartungen von Kunden wie auch Partnerunternehmen, ein wachsender Wettbewerbsdruck und die Notwendigkeit, schnell und flexibel auf sich ändernde Marktbedingungen zu reagieren, erfordern von Unternehmen ein ganz neues Level von Transparenz hinsichtlich ihrer Organisation, Prozesse und Daten. Denn nur vollständige und interpretierbare Informationen bilden eine solide Grundlage für Entscheidungen – egal, ob diese Entscheidungen die Strategie, das operative Geschäft oder die eingesetzten Technologien betreffen. Tatsächlich ist in den vergangenen paar Jahren eine Sache ganz deutlich geworden: Business und IT müssen Hand in Hand gehen und dürfen nicht mehr als voneinander getrennte Bereiche mit voneinander unabhängigen Zielen betrachtet werden. Manche Unternehmen gehen sogar so weit, dass sie die IT als dedizierte Abteilung komplett abschaffen und in die Business Units eingliedern, um die grösstmöglichen Mehrwerte zu generieren.

Wie auch immer die Digitalisierung betreffende Initiativen organisatorisch abgebildet werden, brauchen Unternehmen heute eine klare und abteilungsübergreifende Datenstrategie, um ihre digitale Transformation voranzutreiben. Neben Kunden-, Lieferanten- und Standortdaten sind vor allem die Produktdaten als echte Assets zu betrachten. Um den aktuellen Stand im Umgang mit den wichtigsten Daten im Unternehmen zu analysieren, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Eine davon ist Gartner's MDM Maturity Model, das wie jede solide Datenstrategie den Istzustand mit der Vision des Unternehmens aber auch mit den Möglichkeiten im Markt und damit mit den Potenzialen eines Unterneh-

mens vergleicht und Wege und Massnahmen aufzeigt, wie diese erreicht werden können. Daraus lassen sich Konsequenzen für die Systemarchitektur, Organisation und Prozesse ableiten und eine Roadmap definieren, die konkrete Projekte abbildet. Ein wichtiges Element solcher Initiativen ist die Verwaltung und Nutzung von Produktdaten. Aus der anfänglichen Analyse kann sich beispielsweise ergeben, dass die Beschaffung eines (neuen) PIM-Systems notwendig ist, um die Geschäftsentwicklung entsprechend der übergreifenden Strategie voranzutreiben. Während das für manche, meist kleinere, Unternehmen bedeutet, erstmals eine solche Technologie einzuführen, steht bei anderen Organisationen die Ablösung einer selbstentwickelten Produktdatenbank beziehungsweise eines bestehenden PIM-Systems an. Hierbei muss im Vorfeld abgewogen werden, ob die Investitionen, die für die Altsysteme zusammen mit den mittel- und langfristig zu erwartenden Limitationen einberechnet werden müssen, in Relation stehen zu den tatsächlichen Mehrwerten, die sich aus den Systemen ergeben. Gerade für Unternehmen, die wachsen, neue Geschäftsfelder eröffnen oder expandieren wollen, ergibt sich hierbei häufig die Konsequenz, dass sich ein neues System, das die aktuellen und zukünftigen Anforderungen abdeckt, rechnet.

Der erste Schritt einer jeden PIM-Evaluation ist eine intensive Recherche und Identifikation der relevanten Lösungsanbieter – das Angebot an PIM-Lösungen ist jedoch so gross wie unübersichtlich. Verzeichnisse führender Analystenhäusern bieten einen guten Überblick über die einzelnen Softwaremärkte, darunter auch PIM und MDM.

Für eine erste Sondierung sowie weitere strategische Unterstützung im Projekt können Analysten sowie spezialisierte Berater unterstützen, denn auch diese kennen den Markt und dessen Teilnehmer sehr genau. Die Identifikation der infrage kommenden Anbieter geschieht anhand von ersten, generellen Kriterien und mündet schliesslich in einer Shortlist. Zu diesen allgemeinen Kriterien gehören zum einen die Branchenkenntnisse der Anbieter – Industrien wie beispielsweise die Automobilindustrie, das Gesundheitswesen oder der Lebensmittel Einzelhandel haben sehr spezifische Regeln und häufig auch Kommunikationsstrukturen, die bereits in der Anlage der Produktdaten berücksichtigt werden müssen. PIM-Lösungen, die in der eigenen Branche nachweislich vielfach eingesetzt wurden, decken mit einer hohen Wahrscheinlichkeit auch die eigenen Anforderungen zum grossen Teil ab.

Auch die Anzahl der Implementierungen kann Aufschluss darüber geben, wie viel Erfahrung ein Anbieter im Markt hat und damit auch, wie die Produktreife seiner PIM-Lösung aussieht. Für viele Unternehmen ist darüber hinaus auch der nachgewiesene Einsatz in der eigenen Geografie wichtig, denn auch länderspezifische Anforderungen können eine entscheidungsrelevante Rolle spielen. Ein weiteres wichtiges Ausschlusskriterium ist die Anzahl und geografische Verteilung der Implementierungspartner. Meist wird die Integration der ausgewählten PIM-Lösung nicht vom Softwareanbieter selbst durchgeführt, sondern durch ausgewiesene Partner, die nicht nur technische, sondern auch Projekt- und Beratungskompetenzen haben, die signifikant zum Erfolg solcher Projekte beitragen.

Viele dieser Informationen finden sich auf der Webseite der jeweiligen Anbieter und Partnerunternehmen. Zusätzlich können Informationen über eine RFI (request for information) eingeholt werden. Kann der Anbieter also Kunden in der eigenen Gröszenordnung und Projekte in den Schlüsselregionen der eigenen Branche vorweisen, ist dies ein gutes Anzeichen dafür, dass er mit den geschäfts- und branchenspezifischen Herausforderungen vertraut ist und damit den jeweiligen Anforderungen gerecht werden kann. Im Idealfall ist der Anbieter der Wahl – oder zumindest dessen Implementierungspartner – in der jeweiligen Region präsent, da dies erfahrungsgemäss die Projektumsetzung erleichtert. Grundsätzlich ist es ratsam, das PIM-Projekt mit den vorgeschlagenen Implementierungspartnern umzusetzen. Schliesslich haben diese nicht nur einen direkten Draht zum Hersteller, sondern können auch auf Erfahrungswerte mit dem Softwareprodukt zurückgreifen. Machen Sie sich bei der Auswahl des Integrators jedoch bewusst, dass es bei einer PIM-Lösung um weit mehr als um die Implementierung und Inbetriebnahme eines Stück Software geht. Die Lösung muss in die Organisation eingebettet und mit den bestehenden Systemen, Datenströmen und Arbeitsweisen in Einklang gebracht werden. Hierfür braucht es jede Menge Know-how und technische Finesse, aber auch Erfahrungen im Bereich des Change-Managements. Empfehlenswerte Integratoren lassen sich daran erkennen, dass sie sich um die Umsetzung nachhaltiger Lösungen bemühen und den Unternehmen auch nach der Implementierung aktiv als Digitalisierungspartner zur Seite stehen.

≡ Auswahl

Bei der Auswahl der PIM-Lösung geht es nicht vorrangig um die Frage, welche die Beste im Markt ist – sondern vielmehr darum, welche am besten zur eigenen Organisation und geschäftsspezifischen Anforderungen passt. Viele PIM-Anbieter unterscheiden sich beispielsweise nach ihrer Zielgruppe und sind etwa ausgerichtet auf Start-ups, KMUs oder Enterprises. Welches Level das richtige ist, entscheidet sich nach der Ausgangssituation und den strategischen Zielen von Unternehmen: Steht der Ausbau des Produktportfolios an? Soll mittelfristig die Internationalisierung des Unternehmens oder der Aufbau einer umfassenden Omnichannel-Strategie vorangetrieben werden?

Die Auswahl einer PIM-Lösung ist schliesslich auch immer mit der Frage verbunden, ob das System mit die bestehenden Systemlandschaft kompatibel und ausreichend flexibel ist, um mit anderen Systemen, Programmen und Anwendungen verknüpft zu werden – auch mit zukünftigen. Um Integrationsanforderungen spezifizieren zu können, muss die IT-Landschaft genau unter die Lupe genommen und in die Systemauswahl einbezogen werden. Gibt es ERP- oder MDM-Systeme, die grundlegende Daten liefern? Gibt es DAM- oder Marketing-Content-Lösungen, die in das PIM integriert werden müssen? Und welche nachgelagerten Kanäle gibt es, die mit Daten beliefert werden müssen? Handelt es sich um eine Ersteinführung oder um ein Ablöseprojekt?

Die letzte Frage ist eine ganz wesentliche, denn hier lassen sich wichtige Implikationen zu den Anforderungen und der Organisation des Unternehmens ableiten. Für

kleine Unternehmen, die erstmalig ein PIM-System einführen wollen, stellt ein solches Projekt eine grosse Chance dar, da sie von Anfang an mit einer klaren Produktdatenstrategie in ihre digitale Transformation starten und so nachhaltig den Grundstein für eine erfolgreiche Geschäfts- und Innovationsentwicklung legen können. Bei der Ablösung einer selbstentwickelten Produktdatenbank spielen meist Limitationen eine grosse Rolle – aber auch die Herausforderung, hochgradig individuelle Prozesse mit einem Standardprodukt abdecken zu wollen. Insbesondere in solchen Projekten ist die enge Zusammenarbeit mit den betreffenden Abteilungen unabdingbar, um die Akzeptanz der neuen Technologie zu gewährleisten. Bei der Ablösung eines Drittsystems wiederum muss genau geprüft werden, welche Gründe zur Entscheidung geführt haben, ein neues System zu beschaffen. Gibt es strategische Aspekte, die den zukünftige Fit infrage stellen? Gibt es funktionale Limitationen, die die Effizienz der Organisation bereits heute beeinträchtigen? Weist die Organisation selbst Einschränkungen auf, die auf eine mangelhafte Integration des Altsystems zurückzuführen sind?

Egal, welche Ausgangssituation zutrifft: eine eingehende Analyse der Istsituation ist regelmässig zu empfehlen – selbst, wenn sie zur Entscheidung führt, das Altsystem zu behalten und lediglich die Integration in die Systemumgebung und in die prozessuale Organisation zu optimieren. So oder so empfiehlt es sich, einen Katalog mit allen technischen, betrieblichen und sicherheitsrelevanten Anforderungen anzufertigen, anhand dessen nicht nur die verschiedenen

Lösungen in der engeren Auswahl validiert und die Zahl der möglichen Lösungsanbietern damit weiter eingegrenzt werden können. Auch die möglichen Integrationspartner sollten anhand der Komplexität und der Anforderungen des Projekts bewertet werden. Schliesslich ist es seine Aufgabe, die neue Technologie so zu implementieren, dass sie potenziell den grösstmöglichen Nutzen für das Unternehmen schafft. Dafür genügt es nicht, das System einfach nur zum Laufen zu bringen: Die bestehenden Prozesse müssen entsprechend angepasst werden, Implikationen für bestehende Technologien und Geschäftsbereiche müssen berücksichtigt werden, Schnittstel-

len zu vor- und nachgelagerten Systemen müssen gepflegt und optimiert werden und die gesamte digitale Transformation, die mit einem solchen Projekt einhergeht, muss kompetent mit entsprechendem Change-Management begleitet werden. Hinzu kommt die notwendige Erfahrung und Kompetenzen, um ein solches Digitalisierungsprogramm auch organisatorisch durchführen zu können. Selbst die beste Technologie bringt nicht die gewünschten Mehrwerte, wenn die Integration nicht stimmt. Aus diesem Grund gehört der Implementierungspartner zwingend auf jede Evaluations-Agenda.



Das Angebot an PIM-Systemen ist so gross wie unübersichtlich, was die Eingrenzung der relevanten Anbieter schwierig macht.

≡ Evaluation

Ist die Shortlist erstellt, geht es in einem dritten Schritt darum, eine solide Grundlage für den finalen Entscheid bezüglich der PIM-Lösung zu treffen und die infrage kommenden Anbieter mit einem RFP (request for proposal) zu kontaktieren. Hierfür sollte ein Grobkonzept der Produktdatenstrategie sowie ein repräsentativer Datensatz mit fünf bis acht geschäftlichen Anwendungsfällen vorbereitet und die Kandidaten entsprechend instruiert werden, einen POC (proof of concept) zu konfigurieren. Die einzelnen POCs sollten jeweils dieselbe Struktur aufweisen, damit sie besser zu vergleichen sind. Die letzten drei bis fünf Anbieter, die noch im Rennen sind, sollten ihre Lösung anhand des POCs präsentieren, damit sich alle Projektbeteiligten im Unternehmen ein möglichst gutes Bild von der Technologie und ihren Einsatzmöglichkeiten machen können. Es hat sich bewährt, dass sowohl Softwarehersteller als auch der vorgeschlagene beziehungsweise gewünschte Integrationspartner an diesen Terminen anwesend sind und Rede und Antwort zu jeder Frage stehen können. Selbstverständlich spielen hierbei letzt-

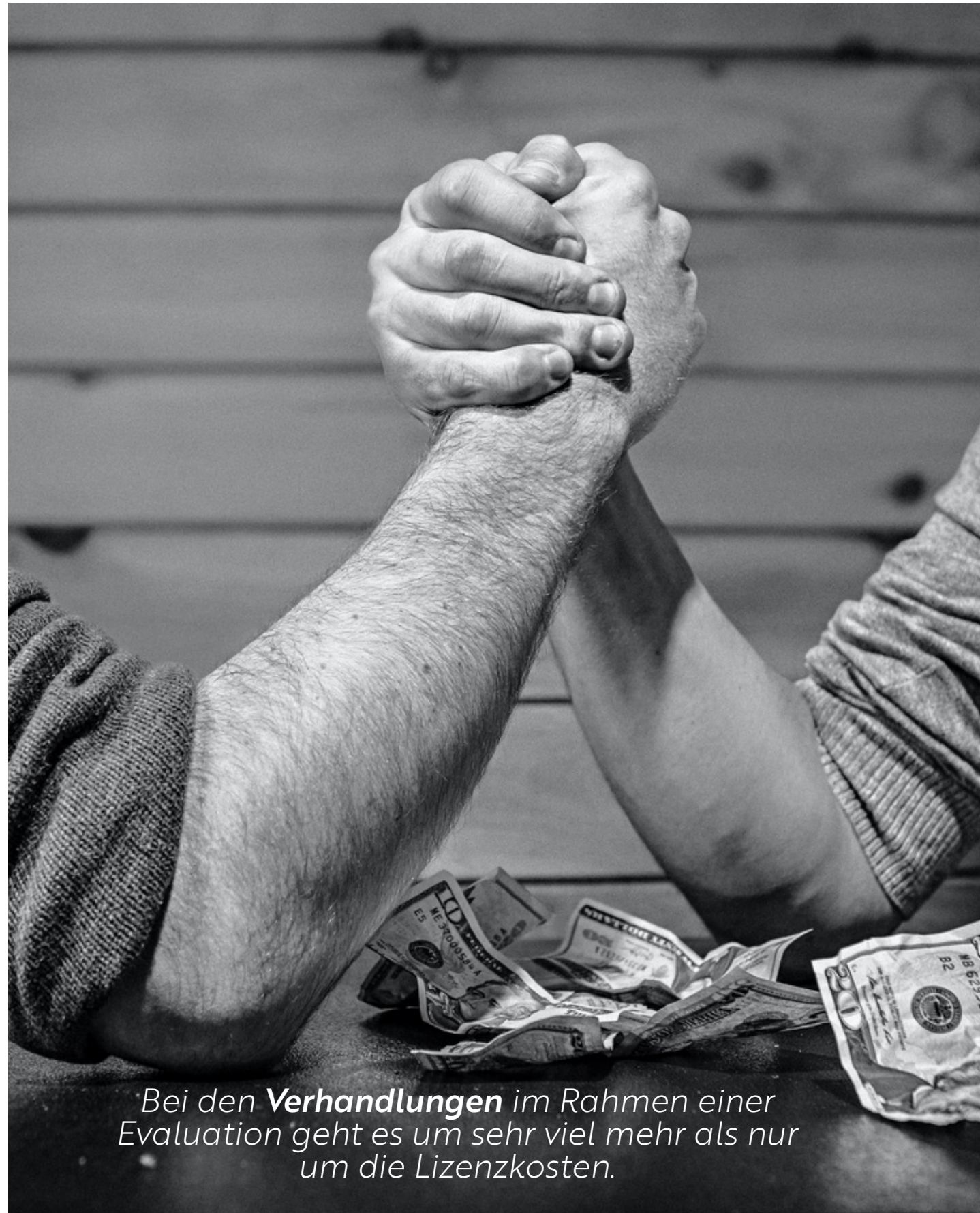
endlich auch weiche Faktoren wie Sympathie und ein gemeinsames Verständnis eine nicht zu unterschätzende Rolle.

Die Angebote werden schliesslich anhand einer Scorecard bewertet. Jedes Kriterium auf der Scorecard sollte einen Schlüsselbereich des Unternehmens abdecken, als erforderlich oder flexibel gekennzeichnet sein und numerisch bewertet werden, beispielsweise von 1 bis 5. Gelegentlich kann eine Gewichtung sinnvoll sein, wenn bestimmte Anforderungen für die Produktdatenstrategie oder die Unternehmensstrategie insgesamt besonders ausschlaggebend sind.

Damit sich die Entscheidungsbeteiligten während der POCs voll und ganz auf die Präsentationen konzentrieren können, empfiehlt es sich, neutrale Berater oder Analysten für die Moderation dieser Termine einzuladen. Sie führen durch die gesamte Agenda und sorgen dafür, dass alle relevanten Fragen und offenen Punkte geklärt werden und am Ende eine umfangreiche Vergleichsunterlage entsteht, anhand der die Verantwortlichen eine vertretbare und objektive Entscheidung treffen können.

*Beim Vergleich von PIM-Systemen kommt es nicht auf die Grösse an – sondern, welche Lösung besser zu den **individuellen Anforderungen** passt.*





Bei den **Verhandlungen** im Rahmen einer Evaluation geht es um sehr viel mehr als nur um die Lizenzkosten.

≡ Verhandlung

Bevor jedoch eine finale Entscheidung getroffen werden kann, müssen auch die Preisvorstellungen zu den verfügbaren Budgets der Unternehmen passen. Im Nachgang zu den POCs sollten die Systemanbieter – aber auch die jeweiligen Integrationspartner – entsprechende Offerten mit an die Anforderungen der Unternehmen angepassten Kalkulationsbedingungen erstellen. Dazu gehören auch mögliche Anpassungen in der Zukunft – etwa, wenn mehr Nutzerlizenzen benötigt werden aufgrund einer möglichen Akquisition oder wenn aufgrund einer fürs nächste Jahr geplanten Ablösung des Digital Asset Management-Systems neue Schnittstellen zum Thema werden.

Für eine solide Verhandlungsbasis ist es zudem ratsam, die Anbieter zu bitten, zwei oder drei Termine mit Referenzkunden zu arrangieren. Dabei sollten vorrangig Kunden ausgewählt werden, die in einer relevanten Branche tätig sind oder dieser zumindest nahestehen, um vergleichbare Szenarien diskutieren zu können. Insbesondere die erreichten Geschäftsvorteile sind hierbei spannend: Konnte ein geringerer Ressourcenaufwand realisiert werden? Wurde die Time-to-Market messbar minimiert? Können die Referenzkunden über eine gesteigerte Datenqualität berichten? Konnten die Produkterlebnisse für die Kunden verbessert und eventuell sogar der Absatz erhöht werden?

Zu dieser letzten Phase der Entscheidung gehört zudem eine Due-Diligence-Prüfung sowie eine eingehende Betrachtung der Implementierungspläne, um die Kosten und Risiken sorgfältig gegen die potenziellen Mehrwerte durch die Projektdurchführung für jeden potenziellen Kandidaten abzuwägen und damit die Lösung zu identifizieren, die die maximale Zukunftsfähigkeit und Investitionssicherheit verspricht.

≡ WRAP UP

Unternehmen, die vor der Herausforderung stehen, ein neues System für die Verwaltung und Pflege ihrer Produktdaten einzuführen, müssen sowohl bei der Vorbereitung eines solchen Projekts als auch bei der Durchführung einige teilweise sehr aufwendige Aufgaben meistern, die aber für eine solide Entscheidungsgrundlage von grosser Bedeutung sind. Am Ende geht es darum, die Technologie zu finden, die das grösste Potenzial aufweist, das Unternehmen gemäss seiner Gesamtstrategie voranzubringen. Die wichtigste Erkenntnis sollte dabei sein, dass es hier weitaus mehr Faktoren gibt, als nur die richtige Software auszuwählen.

PIM- und auch MDM-Projekte zeichnen sich durch eine sehr hohe Komplexität aufgrund zahlreicher Abhängigkeiten in der gesamten Organisation aus. Im ersten Schritt geht es daher immer darum, diese Komplexität, die in einer umfassenden

Produktdatenstrategie beschrieben werden muss, für alle Beteiligten transparent zu machen. Erst dann können alle relevanten Anforderungen dokumentiert und in der Evaluation mit den relevanten Lösungen abgeglichen werden.

Aber nicht nur der aktuelle funktionale Fit ist ausschlaggebend: Auch die zukünftige Strategie des Unternehmens muss bei einer solchen langfristigen Entscheidung einbezogen werden und darf auch bei der Einholung finaler Offerten nicht vernachlässigt werden.

Neben der richtigen Technologie müssen Unternehmen stets auch die verfügbaren Integrationspartner bewerten. Integratoren sind ausschlaggebend für den Erfolg eines Digitalisierungsprojekts, weshalb ein genauer Blick auf dessen technischen aber auch Beratungs- und Projektkompetenzen zu einer PIM-Evaluation unbedingt dazu gehört.

Über Advellence

Als erfahrener Digitalisierungspartner für Unternehmen unterschiedlichster Grössen und Branchen unterstützt Advellence Organisationen bei der nachhaltigen Entwicklung ihrer Digitalisierungsstrategie auf Basis ihrer bestehenden IT-Landschaft und Prozessstruktur und steht mit grossem fachlichen und technischen Know-how sowohl beratend als auch bei der Umsetzung und Integration von Systemen, Daten und Prozessen an ihrer Seite. Mit unserem starken und wachsenden Netzwerk an Technologiepartnerschaften finden wir die ideale Lösung für jede Ausgangslage.

Wir vernetzen all Ihre Daten miteinander, damit sie Ihre Geschichte erzählen können. Die technische Finesse ist unser Handwerk, die Projektumsetzung unsere Leidenschaft. Beratung, Technologieauswahl, Implementierung, Entwicklung und Integration: Bei Advellence bekommen Sie alles aus einer Hand – mit dem **Advantage of Excellence**.

Impressum

Herausgeber
Otakar Tomes
Advellence Solutions AG
Industriestrasse 50a
CH-8304 Wallisellen

advellence.com

Bildnachweis
Titel: David Gavi/Unsplash; S. 2 Otakar Tomes/Advellence; S. 7 Karolina Grabowska/Pexels; S. 11 Towel Studio/Unsplash; S. 14 Gratisography/Pexels