

Vorlagen zur Aktionsplanung für unterschiedliche Rollen – Handel



Händler: Chaotische Lieferantendaten in den Griff bekommen

Ziel: Sauberer, konsistenter und skalierbarer Produkt-Content, um hochwertigere Daten schneller auf den Kanälen bereitzustellen.

Schritt	Aktivität	Verantwortungs- bereich	Ergebnis/ KPI	Hinweise/ Tools
1	Lieferanten- daten zentralisieren & Eingabe standardisieren	Chaotische Lieferanten- daten, keine zentrale Plattform	Single Source of Truth	Vorlagen zur Dateneingabe, Onboarding
2	Überprüfung der Datenqualität automatisieren	Data Quality Analyst	% Vollständigkeit, Genauigkeit	Validierungs- regeln, automatisierte Berichte
3	Kanal- anforderungen normalisieren	Channel Manager	Schnellere Syndizierung	Kanal- Spezifikationen, Transformations- regeln
4	Kanalüber- greifende Veröffentlichung automatisieren	Operations/IT	Schnellere Markteinführung	Veröffentlichungs- workflows, APIs
5	Lieferanten- Onboarding & Validierungs- prozess aufsetzen	Supplier Relationship Manager	Schnelleres Onboarding, weniger Fehler	Lieferanten- portale, Schulungs- materialien

Vorlagen zur Aktionsplanung für unterschiedliche Rollen – Hersteller



Hersteller: Bereitschaft von Produktdaten sicherstellen

Ziel: Partnern und Distributoren saubere, einheitliche, marktreife Produktdaten bereitstellen.

Schritt	Aktivität	Verantwortungs- bereich	Ergebnis/ KPI	Hinweise/ Tools
1	MDM implementieren, um ERP-, PLM-, CRM- und PIM-Daten zu vereinen	Leitung Data Governance	Vereinheitlichtes Daten-Repository	MDM-Plattform, Integrationstools
2	Produkt-hierarchien definieren und strukturieren	Produkt-manager	Klare Hierarchien für Varianten, Bundles und Zubehör	Richtlinien zur Daten-modellierung
3	Sauberen markt-reifen Content in erforderlichen Formaten liefern	Content Delivery Manager	% Compliance mit Partner-Spezifikationen	Exportvorlagen, Formatkonverter
4	Für globale Märkte lokalisieren	Lokalisierungs-manager	Mehrsprachiger, regelkonformer Content	Übersetzungs-management-Systeme
5	Produkt-marketing & technische Teams abstimmen	Projektmanager	Teamüber-greifende Zusammenarbeit & Genauigkeit	Kollaborations-plattformen

Vorlagen zur Aktionsplanung für unterschiedliche Rollen – Marken



Marken: Überzeugende digitale Produkterlebnisse schaffen

Ziel: Produkt-Content für konsistente, überzeugende Erlebnisse zentralisieren und anreichern.

Schritt	Aktivität	Verantwortungs-bereich	Ergebnis/ KPI	Hinweise / Tools
1	Produkt-Content & digitale Assets zentralisieren	Content Manager	Zentrales Asset-Repository	DAM (Digital Asset Management)
2	Konsistenz an allen Touchpoints sicherstellen	Brand Manager	Konsistentes Markenerlebnis	Style Guides, Content-Verwaltung
3	Rich Content (360°-Bilder, Videos) erstellen und einsetzen	Marketing Manager	Verbesserte Conversion-Raten	Tools zur Content-Erstellung
4	Daten zur Personalisierung aufbereiten	Datenanalyst	Strukturierte Daten zur Nutzung durch KI/CRM	Daten-strukturierung & -Tagging
5	Performance von Produkt-Content mit KPIs verfolgen	Performance Analyst	Mehr Conversions, schnellere Veröffentlichung	Analyse-Dashboards