

PIM: backbone for multichannel retailing

21-10-2008 00:00

Product Information Management (PIM) is de strategische backbone voor multichannel retail. De retailer vergroot zijn marktaandeel door de betere klantrelatie. Als hij multichanneloplossingen kan bieden tegen lagere kosten, heeft de concurrentie het nakijken. Dat is te lezen in het oktobernummer van RetailTrends.

Het aantal kanalen voor contact met klanten groeit sneller dan ooit. Nog maar enkele tientallen jaren geleden had je alleen contact via salesmensen en het product zelf. Tegenwoordig beschikt de retailer voor de communicatie en verkoop ook over kanalen als catalogi, brochures, websites, online shops, email, tv, productverpakkingen, instore communicatie, callcenters en mobiele apparatuur. Helaas gebruikt de klant niet altijd hetzelfde kanaal. Het is steeds minder duidelijk via welke kanalen hij zich informeert, hoe hij evalueert, op basis waarvan hij beslist en waar hij uiteindelijk zijn product koopt. Daarom zullen vooral de bedrijven die hun klanten via meerdere kanalen kunnen bereiken hun marktaandeel vergroten.

Probleem is dat de kosten per kanaal hoog zijn, en het is altijd de vraag welke kanalen het meeste rendement opleveren. Retailers die tegen de laagste kosten via alle relevante kanalen aan de wensen van hun (potentiële) klanten kunnen voldoen, zullen daarom als winnaars uit de bus komen.

Het gehele artikel is te lezen in het oktobernummer van RetailTrends.

Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#)

Een kunt een gratis proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl