



Transformieren Sie Ihre Daten für Erfolg in der Konsumgüterbranche.

Mithilfe von Stammdatenmanagement machen Sie Ihr Unternehmen agiler, beschleunigen die Time-to-Market, vereinfachen Entscheidungen und treiben Wachstum voran.

Die Konsumgüterbranche verändert sich rasant.

Um die Nase vorn zu behalten, sollten Sie einem transformativen, transparenten Ansatz für das Stammdatenmanagement folgen.

Die Digitalisierung verändert jeden Aspekt der Konsumgüterbranche (Consumer Packaged Goods, CPG). Die sich schnell ändernden Kundenerwartungen, die Konkurrenz durch Eigenmarken und digital native Direct-to-Consumer (D2C)-Marken sowie innovative Technologien lassen die Grenzen zwischen Online- und Offline-Kanälen zunehmend verschwimmen.



Sinkende Kundentreue und steigende Verbrauchererwartungen

Verbraucher erwarten heute personalisierte, kanalübergreifende Kundenerlebnisse (Customer Experience, CX). Außerdem fordern sie umfassende Informationen und mehr Datentransparenz zu den Produkten und Marken, die sie kaufen, sowie über deren Herstellung. Wenn Sie das nicht bieten können, wird es eine andere Marke tun.



Exponentieller Datenwildwuchs, Wachstum und Komplexität

Viele Upstream- und Downstream-Integrationen erfordern eine Lösung, die flexibel genug ist, um den Wert der Daten im Marketing (CRM und Marketing-Automatisierung), im Performance-Management (POS und syndizierte Daten) und im operativen Geschäft (ERP, Inventar und E-Commerce) zu optimieren.



Operative Schnelligkeit, Performance und Agilität

Um in der CPG-Branche erfolgreich zu sein, müssen operative Teams Technologien und Erkenntnisse effizient nutzen, sich ständig proaktiv an veränderte Bedingungen und Bedürfnisse anpassen, die Produktinnovation gezielt vorantreiben und die richtigen Produkte zum richtigen Preis und zur richtigen Zeit am richtigen Ort verfügbar machen.

Stammdatenmanagement ist ein kritischer Faktor für die CPG-Branche.

Während die Verbrauchererwartungen weiter steigen, sehen sich traditionelle Marken mit einer immer vielfältigeren Konkurrenz durch Eigenmarken und disruptive, digital native D2C-Marken konfrontiert. Um hier am Ball zu bleiben, ist es entscheidend, den Wert der eigenen Daten zu maximieren, um die Unternehmens-Performance zu steigern, die Zusammenarbeit mit Einzelhandelskunden zu verbessern und das Vertrauen und die Loyalität der Verbraucher zu gewinnen. Da Produkt-, Kunden- und Lieferantendaten jedoch oft in unterschiedlichen, voneinander isolierten Systemen vorgehalten werden, sind diese oft doppelt vorhanden, fehlerhaft, ungenau oder veraltet. Um

den Omnichannel-Erfolg über komplexe Organisationsstrukturen hinweg zu sichern, müssen die Unternehmen der Branche aber nicht nur die Datenqualität gewährleisten. Vielmehr müssen sie auch eine wachsende Anzahl von Produktattributen und digitalen Assets aggregieren, verwalten und diese für die Verbraucher sichtbar und transparent machen. Abgesehen davon, dass Unternehmen der Konsumgüterbranche in mehreren Ländern verkaufen, produzieren sie oft eine Vielzahl regionaler Varianten, um lokalen Märkten und Vorlieben gerecht zu werden; Kellogg's zum Beispiel produziert in 18 Ländern und verkauft in mehr als 180. Der Vertrieb

über Tausende von E-Commerce- und Einzelhandelsgeschäften ist dabei ebenso komplex wie die Sicherstellung, dass Produktinformationen in allen Sprachen korrekt sind und den lokalen Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit und Etikettierung entsprechen. Die MDM-Lösungen von Stibo Systems ermöglichen es CPG-Herstellern, in dieser dynamischen Umgebung mit größtmöglicher Sicherheit zu agieren, da sie Daten über die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmens nahtlos integrieren und so eine einzige Quelle für korrekte, vertrauenswürdige Daten schaffen.



Käufer verlangen mehr Transparenz und haben eine engere Beziehung zu ihren Lebensmitteln.

81 % der Käufer sagen, dass Transparenz für sie wichtig oder extrem wichtig ist, und zwar mehr als je zuvor.¹

Mit Multidomain-MDM den Erfolg in der CPG-Branche sichern



Schaffen Sie mit hochwertigen, vertrauenswürdigen Daten die Basis.

Markenartikler überwachen, verbessern und lancieren ständig neue Produkte auf traditionellen und digitalen Kanälen. Dabei sind sie auf konsistente und qualitativ hochwertige Daten angewiesen. MDM ermöglicht eine einzige, angereicherte Version ihrer Produktinformationen und -inhalte sowie eine 360°-Ansicht ihrer Kunden und anderer Daten zu erstellen und zu verwalten, um damit die Bereitstellung einer besseren und personalisierten CX zu gewährleisten.



Sorgen Sie für mehr operative Agilität, Transparenz und Wachstum.

MDM hilft Marken durch den Zugriff auf eine einzige aktuelle Version ihrer Produktdaten, verändernde Bedingungen zu erkennen und schnell zu reagieren, um Chancen kanalübergreifend zu nutzen. MDM bietet außerdem die Möglichkeit, diese Informationen in einem zentralen Digital Business Hub mit anderen Daten zusammenzuführen, um so Einblicke in mögliche Umweltbelastungen, Nachhaltigkeit, Nährwertangaben und Produktherkunft zu erhalten.



Markteinführung beschleunigen, Markenattraktivität steigern, Marktanteile erobern

Um im Wettbewerb um den Verbraucher erfolgreich zu sein und diesen wirklich anzusprechen, müssen Marken heute schnell auf genaue, vertrauenswürdige Daten aus verschiedenen Systemen zugreifen und diese für alle Kanäle nutzbar machen. Die MDM-Lösungen von Stibo Systems versetzen Marken in die Lage, die Produktinnovation voranzutreiben, sich von der Konkurrenz abzuheben, die Gunst der Kunden zu gewinnen und das Wachstum anzukurbeln, indem sie helfen, das richtige Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu platzieren.

Die Vorteile von Stibo Systems Multidomain-Stammdatenmanagement:

- **Eliminierung von Datensilos** für eine einzige, vertrauenswürdige Ansicht auf Produkt- und Kundendaten sowie weiterer Datenarten.
- **Vermeidung manueller Dateneingabefehler** und Optimierung von Geschäftsprozessen
- **Beschleunigte Markteinführung neuer und innovativer Produkte** mit personalisierter und mitreißender Customer Experience
- **Aufbau von Kunden-, Produkt- und Markentreue** durch ansprechende, personalisierte Customer Experience.
- **Mehr Transparenz in der gesamten Lieferkette** zur Gewährleistung von Produktsicherheit und Compliance, zum Austausch genauer Nährwertdaten und um auf neue Verbraucherinteressen und -bedürfnisse reagieren zu können
- **Erkenntnisse aus verschiedenen Datenquellen** für eine verbesserte Entscheidungsfindung und Agilität
- **Effiziente Nutzung/Syndizierung von Daten** für verbesserte Zusammenarbeit mit Einzelhandels- und Vertriebspartnern



Eine einzige, vertrauenswürdige Ansicht auf Produkte, Kunden und weitere Daten

Stibo Systems' Multidomain MDM-Lösung basiert auf einer einzigen Plattform. Sie ist vernetzt, flexibel und skalierbar und entspricht damit perfekt den strategischen und funktionalen Anforderungen von CPG-Unternehmen. Die Lösung bietet eine 360°-Rundumansicht geschäftskritischer Daten über verschiedene und bisher unverbundene Informationssysteme, Quellen und Daten-Domains.

Integration, Transparenz und Einsicht aus Daten über mehrere Bereiche hinweg



Dynamische Herausforderungen erfordern agile Lösungen.

Früher verließen sich CPGs auf traditionelles Produktinformationsmanagement (PIM), um Anforderungen an Produktdaten zu erfüllen. Das reicht heute nicht mehr aus. Der integrierte Multidomain-Ansatz von Stibo Systems bietet die nötige Flexibilität und Leistungsfähigkeit, um die sich ständig ändernden Anforderungen dieser dynamischen Branche zu erfüllen.



Stärkung der Transparenz in der Lieferkette

Integrieren Sie Produkt- und Lieferantendaten, um den Verbrauchern Einblicke in die Herkunft von Lebensmitteln, Nachhaltigkeit, fairen Handel, Bio-Status und mehr zu geben. Dadurch erhalten Konsumgüterhersteller gleichzeitig eine 360°-Ansicht ihrer Lieferanten. Zudem steigern sie die Effizienz und beschleunigen die Markteinführung. Redundante Systeme werden konsolidiert und manuelle Fehler eliminiert, während gleichzeitig sekundäre Quellen für kritische Zutaten ausgebaut werden, um kostspielige Disruptionen zu vermeiden.



Eindeutige Artikel-ID und GS1-Abgleich

Schnellere Markteinführungen machen Konsumgüterhersteller immer abhängiger vom Austausch sauberer, genauer Daten über GS1 und das Global Data Synchronization Network (GDSN). Mit MDM wird der effiziente Datenaustausch zwischen verschiedenen Abteilungen, Marken, Standorten und Einzelhandelskunden ermöglicht. Produktinformationen und Inhalte werden syndiziert, während ineffiziente manuelle Verbindungen zu veralteten ERP-Systemen abgelöst werden.



Regionale regulatorische Unterschiede

Große CPGs bieten möglicherweise hunderte oder tausende von Produkten in 100 oder mehr Märkten an, sodass genaue Produktdaten und -kennzeichnungen entscheidend sind, um sich verändernde gesetzliche Bestimmungen zu erfüllen. In der EU umfasst dies das Herkunftsland, die Gefahrenkennzeichnung, besondere Ansprüche bei kosmetischen Produkten u.v.m. MDM hilft dabei, die Einhaltung der Vorschriften auf Produkt-, Kategorie- und Länderebene zu gewährleisten, kostspielige Fehler zu reduzieren und vertrauensvolle Beziehungen zu gewährleisten.



Kunden Success Story | Kellogg's

Kellogg's hat sich zum Ziel gesetzt, Familien mit hochwertigen Nahrungsmitteln zu versorgen. Eine der größten Herausforderungen ist es, all die Informationen zu verwalten, die Familien helfen können, den Nährstoffgehalt und die Allergene in ihren Produkten nachzuvollziehen.

Herausforderungen

- Keine einheitliche globale Ansicht auf Produkte und Marken über alle Kanäle und alle Kunden
- Ein komplexer Datenumfang mit mehr als 100 Marken, 3.500 SKUs und 4.500 Verbraucherrezepten, die mehr als 400 globale Websites speisen
- Weitergabe von Produktinformationen an Einzelhandelskunden und Verbraucher

Lösung

Implementierung von Produkt-MDM als einzige globale, vertrauenswürdige Quelle für Produkt- und Nährwertdaten, Rezepte, FAQs und Promotions



Vorteile

- Absolut identische Produktinformationen weltweit erleichtern die Einhaltung der EU-Richtlinie EU1169
- Verbesserte Genauigkeit und Validierung von Produkt- und Nährwertangaben
- Nahtloses und einheitliches Markenerlebnis Online und Offline
- Schnellere Einführung neuer Produkte und mehr Agilität

Steigern Sie die Kundenbindung mit Master Data Management

Da die Verbraucher weiterhin Online-Kanäle und nicht-traditionelle D2C- und Einzelhandelsmarken erschließen, müssen sich CPGs anpassen, um die Kundenloyalität aufrecht zu halten. Daher ist eine hervorragende Customer Experience in einem sich schnell entwickelnden und hochkomplexen Ökosystem erforderlich.

1

Interagieren Sie mit Einzelhändlern

Ein herausragendes Kundenerlebnis (CX) beginnt damit, dass Sie die einzigartigen geschäftlichen und technischen Anforderungen Ihrer Handelspartner über Abteilungen, Standorte und Märkte hinweg verstehen. Auf deren Bedürfnisse einzugehen, unterstützt durch rationalisierte Prozesse, optimierten Versand, gezielte Werbeaktionen und bessere B2B-/Direktkundenbeziehungen schafft gemeinsame Werte in der Zusammenarbeit.

2

Binden Sie Ihre Kunden – zu deren Bedingungen

Verbraucher erwarten heute mehr von Marken als je zuvor. Je mehr Sie über Ihre Kunden wissen, desto eher sind Sie in der Lage, ihr Vertrauen zu gewinnen. Aus diesem Grund sammeln CPGs Daten an einer Vielzahl von Kontaktpunkten,

um eine möglichst personalisierte CX zu gewährleisten. Die Zusammenführung dieser Daten an einem zentralen Ort ermöglicht es ihnen, diese Daten in Erkenntnisse zu verwandeln, die einen Mehrwert für den Kunden schaffen.

Mit der MDM-Lösung von Stibo Systems überzeugen Sie an zwei Fronten, da Daten aus eigenen Systemen und Quellen zusammengeführt werden und gleichzeitig über Drittanbieter-Ressourcen validiert und angereichert werden. Das Ergebnis ist ein einziger, genauer und aktueller Datensatz für jeden direkten und indirekten Kunden im gesamten CPG-Ökosystem. Neben der Maximierung des Wertes für den Kunden ermöglicht die Lösung, Governance zu gewährleisten und Risiken zu minimieren, da sie die Einhaltung lokaler Datenschutzbestimmungen sicherstellt.





MDM liefert nachgewiesene Ergebnisse.

Einige Beispiele:

- **80 % Zeitersparnis** bei der Produkteinführung
- **83 % mehr Detailtiefe** für SKUs
- **37 % mehr SKUs** im Bestand
- **65 % Kosteneinsparung** bei Übersetzungen
- **Wegfall unzähliger** Spreadsheets für Produktdaten
- **Verbesserter ROI** durch schnellere Markteinführung von Materialstämmen und deren Verwaltung
- **Mehr Erkenntnisse und Wachstumschancen durch** eine einheitliche Sicht auf Kundendaten

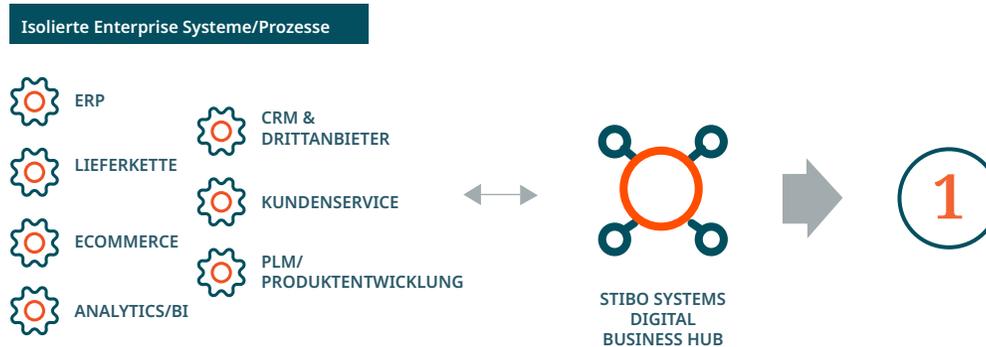
80%

der Verbraucher sind eher bereit, Marken zu kaufen, die personalisierte Erlebnisse bieten; ² mit MDM sind Marken in der Lage diese zu liefern.

Erkenntnisse, Transparenz und Wachstum mit einem integrierten Digital Business Hub

Treiben Sie die digitale Unternehmenstransformation voran. Führen Sie Stammdaten und Informationen aus externen Quellen und von Partnern zusammen, indem Sie mit Multidomain MDM einen Digital Business Hub aufbauen. Nutzen Sie diese Daten, um einzigartige und differenzierende Einblicke in neu entstehende Verbraucherbedürfnisse zu gewinnen, Markeninnovationen

voranzutreiben und personalisierte und ansprechende Kundenerlebnisse anzubieten sowie durch Geschäfts- und Datentransparenz die Einhaltung von Branchenstandards und Datenschutzbestimmungen zu gewährleisten. Zudem können Sie mithilfe effizienter Syndizierungs-Workflows vertrauenswürdige Daten auch außerhalb des Unternehmens teilen.



Etablieren Sie eine „Single Version of Truth“: Ein Digital Business Hub schafft Mehrwert, indem Prozesse und Daten aus verschiedenen isolierten Systemen und Anwendungen orchestriert und mithilfe einer koordinierten Integration Datentransparenz und Erkenntnisse liefert, um die Differenzierung vom Wettbewerb und die Entscheidungsfindung zu verbessern.

Mehr Innovation während des gesamten Produktlebenszyklus

Die Marktirritation durch D2C- und Eigenmarken macht die Entwicklung innovativer neuer CPG-Produkte wichtiger denn je. Dafür ist eine enge Zusammenarbeit zwischen Design-, Merchandising-, Produktentwicklungs- und Marketing-Teams erforderlich. Viele CPGs nutzen herkömmliches Product Lifecycle Management, um diesen Prozess zu steuern, doch das Potenzial solcher Lösungen kann begrenzt sein, da sie isoliert arbeiten. Der einzigartige Ansatz von Stibo Systems für MDM und Produktentwicklung sorgt für einen signifikanten ROI, da er sicherstellt, dass Produktdaten (Formeln und Rezepte, Etikettierung, Verpackung, Spezifikationen, Lieferantendaten, Compliance und Vorschriften) an einem einzigen zentralen Speicherort vorgehalten werden, der alle Teams und Prozesse abdeckt.

Herausforderungen für CPG-Marken

- Entwicklung von Produktvarianten für mehrere Märkte/Kunden
- Identifizieren und Schließen von Lücken in der Produktlinie
- Anpassung und Auslieferung von Produkten in neuen Märkten
- Inkonsistente Anforderungen an das Artwork für Marke/Markt
- Inkonsistenz zwischen Etikettierung und Produktformulierung
- Abschätzung der Auswirkungen von Änderungen

So hilft Stibo Systems

- End-to-End-Ansatz für das Portfolio-Management
- Maximierung von Markenwert und Wettbewerbsfähigkeit
- Aufbau von Kundenloyalität durch schlüssige Produktangebote
- Katalysator für Innovationen im Prozess- und Datenmanagement
- Beschleunigung der Markteinführung durch bessere Zusammenarbeit

Stibo Systems – weltweit ein vertrauenswürdiger Partner

Wenn es darum geht, mithilfe zuverlässiger Daten die Innovation voranzutreiben und Mehrwert zu schaffen, vertrauen führende CPG-Marken auf Stibo Systems. Neben Lösungen für Produkte, Kunden, Standorte, Lieferanten und andere Domains bieten wir Marken auch die Möglichkeit, als Teil unserer Online-Kunden-Community ihren ROI zu steigern. Zu unseren CPG-Kunden zählen:

The logo for Kellogg's, featuring the brand name in a red, cursive script.The logo for General Mills, consisting of a blue ampersand symbol above the text "GENERAL MILLS" in blue, with a dotted line above the text.The logo for McCormick, featuring a blue square with a white 'M' and a red 'C' inside, with a red ribbon banner below containing the word "McCormick" in white.The logo for Newell Brands, featuring a blue house-like shape above the text "newell" in blue, with "BRANDS" in smaller blue text below.The logo for Belcorp, featuring a stylized blue 'B' symbol above the text "BELCORP" in blue.The logo for Oatly, featuring the text "THE ORIGINAL" above "OATLY!" in black, with a stylized oat stalk icon.The logo for Pepsico, featuring a colorful globe icon above the text "PEPSICO" in blue.The logo for Diageo, featuring the brand name "DIAGEO" in a bold, purple, sans-serif font.The logo for Trident Seafoods, featuring the text "Trident" in red and "SEAFOODS" in blue, with a blue trident icon to the right.

Wenn es um Stammdatenverwaltung geht, vertraut man auf uns.

Vertrauenswürdige Daten waren schon immer essentiell für den Erfolg in der Konsumgüterindustrie, aber heute definieren Verbraucher durch Anforderungen an Transparenz in Bezug auf Geschäftspraktiken und Daten das Konzept neu. Die Verbraucher wollen wissen, woher ihre Lebensmittel kommen, was diese enthalten und wie es um die Umwelt und die soziale Verantwortung bestellt ist, die hinter diesen Produkten stehen. Dazu gehören Transparenz in der Lieferkette und Einblicke in Produktherkunft, Nachhaltigkeit, Arbeitspraktiken, Menschenrechte, Sicherheit und mehr. Um den Verbrauchwünschen gerecht zu werden, ist heute mehr erforderlich als ein paar wohlklingende Marketingversprechen. Es erfordert einen ebenso transparenten und vertrauenswürdigen Ansatz für das Stammdatenmanagement. Stibo Systems ist ein bewährter Innovator im Bereich des Multidomain-Stammdatenmanagements und verfügt zudem über die nötige Erfahrungen, um CPG-Marken weltweit zum Erfolg zu verhelfen. Unser Digital Business Hub-Ökosystem ermöglicht es Unternehmen, ihre wertvollen Geschäftsdaten über mehrere Systeme und Daten-Domains hinweg nahtlos zusammen zu führen und sie allen Beteiligten im Unternehmen (und Dritten) bereitzustellen. So entsteht vollständige Datentransparenz und alle Beteiligten greifen auf korrekte, vollständige und aktuelle Daten aus einer vertrauenswürdigen zentralen Quelle zu. Mehr über unseren einzigartigen Ansatz zur Nutzung von MDM für den Erfolg in der Konsumgüterindustrie erfahren Sie unter stibosystems.com/de/industries/cpg.

Über Stibo Systems

Stibo Systems bietet Unternehmen innovative Softwarelösungen zur Stammdatenverwaltung und ermöglicht dadurch Datentransparenz. Unsere Lösungen sind weltweit die treibende Kraft hinter zukunftsorientierten Unternehmen, die den strategischen Wert ihrer Stammdaten nutzen. Wir versetzen Firmen in die Lage, das Kundenerlebnis zu verbessern, Innovation und Wachstum voranzutreiben und eine Grundlage für die digitale Transformation zu schaffen. So erhalten Unternehmen die Transparenz, die sie benötigen und wünschen: eine einzige, genaue Sicht auf ihre Stammdaten. Damit können Firmen fundierte Entscheidungen treffen und ihre umfangreichen, ambitionierten Ziele erreichen. Stibo Systems ist eine in Privatbesitz befindliche Tochtergesellschaft der 1794 gegründeten Stibo A/S Gruppe mit Hauptsitz in Aarhus, Dänemark. Mehr unter stibosystems.de.

¹ Food Industry Association/Label Insight, Transparency Trends: Omnichannel Grocery Shopping from the Consumer Perspective, 2020

² Forbes, Why online brands are leaning into hyper-personalization, Nov. 2019