

# Cinco etapas para garantir que seu conteúdo seja competitivo

Você quer competir na Era da Amazon, na Era do comércio digital, na qual os clientes esperam consumir conteúdos excepcionais antes mesmo de fazer uma compra - seja na loja, no site ou via aplicativo em um smartphone. Você deseja fornecer informações sobre produtos e serviços e, além disso, conectar fornecedores diretamente aos consumidores por meio de seus canais de vendas, que fornecem caminhos diretos de compra para as pessoas lerem seus itens, assim como os de seus parceiros.

Para competir nessa Era Moderna, é importante reconhecer que o conteúdo impulsiona o comércio e as vendas. As marcas devem se tornar a melhor fonte de dados de produtos possível para os clientes, pois eles estão exigindo exatamente isso. Você deve fornecer dados de alta qualidade para novos SKUs, independentemente

de os dados serem seus ou de um fornecedor. Mas você está oferecendo aos clientes o conteúdo on-line correto que se diferencia competitivamente e se destaca no mercado? Como você aproveita a organização de dados de produtos para agregar valor aos fornecedores quando eles estão contigo?

O gerenciamento de dados mestres (MDM) fornece uma solução escalável que atende às necessidades de varejistas, fabricantes e fornecedores que buscam criar conteúdo de alta qualidade, em condições que atendam inclusive as demandas do novo cliente digital.

Os cinco passos abaixo dão às empresas uma estrutura repetível para criar dados de produto mais práticos e oferecer experiências inigualáveis e excepcionais.



## 1 Conheça o seu público

Criar os dados corretos sobre seu produto exige que você, primeiro, conheça seus públicos-alvo para começar a avaliar quais conjuntos de informações e quais canais ou formatos você deseja desenvolver e compartilhar. Por exemplo, você pode determinar sua estratégia de localização para clientes internacionais. Você pode usar o MDM e aproveitar os dados dos clientes para criar uma visão em 360°, totalmente unificada e precisa, sobre a base de seus consumidores. E entender seu público se estende além dos compradores – ele abrange também os fabricantes, fornecedores e distribuidores. Examinando cada parte interessada - e os dados que estão disponíveis - você identifica o que precisa para criar, limpar, aprimorar, aumentar e fornecer as informações certas sobre seus produtos.



## 2 Suporta enriquecimento de dados

Depois de conhecer seu público-alvo (clientes e partes interessadas), você começa a ver como sua organização tem várias maneiras de agregar valor aos dados. Ao usar o MDM para consolidar dados de produtos de vários sistemas e formatos em uma estrutura comum, limpando e validando as informações, você estabelece uma única versão de verdade que pode ser usada para o enriquecimento das ações. Você começa com um único repositório e, em seguida, acrescenta dados de atributos, descrições, documentação e outros componentes relacionados aos produtos. Você cria registros completos que atendem a seus muitos propósitos comerciais, desde as ações de marketing até vendas, estoque, planejamento de recursos, atendimento ao cliente e muito mais.



## 3 Gerenciamento de dados sem igual

As organizações lutam para compartilhar diversos dados de produtos em vários canais de forma contínua. A solução PDS (Product Data Syndication) da Stibo Systems simplifica o processo envolvido na coleta, formatação e distribuição de dados bidirecionais, impulsionando a colaboração por meio de canais predefinidos. O PDS reduz o tempo gasto no gerenciamento de requisitos e melhora o tempo de lançamento no mercado. Ele capacita fabricantes e distribuidores para facilitar o compartilhamento e o recebimento de conteúdo, de modo que os dados do produto rapidamente passem de uma parte interessada para o consumidor. Você agiliza a cadeia de suprimentos de dados e otimiza a experiência do cliente com dados ricos, atualizados e perfeitos que tornam a visualização, a seleção e a compra fáceis e agradáveis.



## 4 Análise de alavancagem

Além das ferramentas de MDM que você pode usar para consolidar, limpar e integrar dados, as ferramentas analíticas disponíveis em um sistema de gerenciamento de dados mestres também representam grandes benefícios para as empresas. Por exemplo, a [Acrolinx](#) fornece uma variedade de serviços, desde SEO a marcação de palavras-chave para classificação de imagens. Ele usa um mecanismo de análise de linguística baseado em AI para revisar, pontuar e guiar melhorias de conteúdo. Outros provedores de serviços de conteúdo oferecem ofertas semelhantes que fornecem novos comentários para entender o que é essencial para seu público-alvo. Armado com a visão de terceiros, você pode ajustar seus registros de dados mestre e enriquecer os dados de acordo. Você pode introduzir novos produtos e serviços mais rapidamente com dados de produtos altamente confiáveis e processos simplificados.



## 5 Conecte classificações e comentários

O público hoje quer mais do que apenas sua palavra sobre um produto. Eles confiam em outros compradores para definir suas próprias ideias e experiências, antes de tomar uma decisão de compra. Felizmente, hoje, existem provedores que facilitam a conexão dos visitantes de um site com o conteúdo em que eles confiam. Empresas como a [Bizaarvoice](#) oferecem aos varejistas e fabricantes a capacidade de alavancar suas vendas a partir de informações geradas pelos consumidores, incluindo as avaliações, perguntas e comentários feitos pelos clientes. Você não apenas fornece as informações de terceiros, mas faz isso de forma confiável para disseminar seus produtos e serviços para os compradores em suas jornadas de compra; você acumula mais tráfego de pesquisa com base em recomendações valiosas de produtos.

# Dê aos clientes os dados que eles desejam

O que fará com que os negócios sejam bem-sucedidos na Economia dos Dados é a capacidade de oferecer um ótimo conteúdo, que compartilhe os detalhes certos para os clientes certos. Para atender a essa expectativa, as empresas precisam analisar uma série de variáveis que incluem conhecer seus públicos-alvo, criar dados mestres específicos, enriquecê-los, alavancar a distribuição, aplicar análises e aproveitar as avaliações e opiniões de terceiros. Ao usar essas etapas como base para a criação de conteúdo, as organizações podem fazer mais do que apenas construir uma loja virtual para os clientes - elas criam experiências incríveis que estimulam os compradores a retornarem sempre.

Para saber mais sobre como a Stibo Systems coloca sua empresa em primeiro lugar para garantir que seu conteúdo seja competitivo, acesse [stibosystems.com](http://stibosystems.com) Para saber mais sobre como a Stibo Systems coloca sua empresa em primeiro lugar para garantir que seu conteúdo seja competitivo, acesse [info@stibosystems.com](mailto:info@stibosystems.com).

### Sobre a Stibo Systems

A Stibo Systems, empresa especializada em Gestão de Dados Mestres, fornece soluções confiáveis em MDM - Master Data Management, com base em uma abordagem exclusiva voltada para pessoas e negócios. A Stibo Systems promove a transformação digital nas empresas, tornando-se a força que revela o valor estratégico dos dados mestres, fortalecendo a experiência do cliente e impulsionando a inovação e o crescimento das organizações.

É uma subsidiária privada do grupo Stibo A / S, fundada em 1794 com sede corporativa em Aarhus, na Dinamarca.