



Akeneo PIM 4.0: Neue Version der Product Experience Management Plattform

Neue Funktionen für verbesserte Datenqualität, erweitertes Asset Management und API-basierte Verknüpfungen

Düsseldorf, 6. Februar 2020 [Akeneo](#), weltweit führender Anbieter von Product-Experience-Management-Lösungen (PXM) für Händler und Marken, gab heute die Markteinführung von Akeneo PIM 4.0 bekannt. Die Präsentation erfolgte im Rahmen des Akeneo PIM Summits, dem globalem Zusammentreffen von Akeneo-Kunden und -Partnern in Paris. Akeneo 4.0 führt neue Product-Experience-Funktionen ein und vereinfacht die Konnektivität und Integration zu Drittsystemen.

Akeneo PIM 4.0 ist die nächste Evolutionsstufe von Akeneo's PXM-Lösungen, die von führenden Unternehmen wie Frankfurt Airport, Sephora, LAMY, Fossil und Adam Hall zur Skalierung und Optimierung ihrer Internationalisierungs- und Omnichannel-Strategien eingesetzt werden.

Zu den wichtigsten Neuerungen und Verbesserungen in der 4.0-Version von Akeneo PIM gehören:

1. Der **Asset Manager**, ein zentraler Ort an dem Enterprise-Nutzer ihre unterschiedlichen Produkt-Assets organisieren und anreichern können. PIM-Nutzer können digitale Assets visuell verwalten und transformieren, um robuste, kanalspezifische Product Experiences zu schaffen, und sie können Assets mit Produktkatalogen durch eine erweiterte Integration auf API-Ebene mit bestehenden DAM-Systemen (Digital Asset Management) verknüpfen.
2. Eine „**Data Quality Insights**“-Funktionalität, welche die Genauigkeit und Qualität von Produktdaten überprüft, Rechtschreibfehler und falsche Formatierung(en) automatisch kennzeichnet und die Qualitätsstufen der Daten in einem farbcodierten Dashboard darstellt. Nutzer erhalten automatisch Vorschläge zur Verbesserung, zur schnellen Fehlerbehebung und zur Gewährleistung der Genauigkeit und Konsistenz der Produktdaten.
3. **Attribute-Mapping in Franklin Insights**, ist eine neue Funktion, die maschinelles Lernen und KI nutzt, um automatisch Produktattribute für die Produktkataloge von Kunden vorzuschlagen. Diese basiert auf den erstklassigen Produktinformationen der Franklin-Bibliothek. Marketer können diese Vorschläge dann mit einem einzigen Mausklick überprüfen und annehmen, wodurch ein effizienter Anreicherungsprozess ermöglicht wird.
4. Ein neues **Connections-Modul**, welches das Schnittstellen-Management drastisch vereinfacht. Verwendet wird eine effiziente API-basierende Integration, die es Nutzern ermöglicht, von einem einzigen Dashboard aus Verbindungen zu Third-Party-Systemen anzulegen und zu verwalten. Diese neue Funktion beinhaltet ein Dashboard zur einfachen Überwachung der Datenflüsse in und aus dem PIM heraus, was ein müheloses Sicherheitsmanagement von verbundenen Anwendungen ermöglicht.

Im Sinne von Akeneo's Anspruch auf kontinuierliche Verbesserung bietet Akeneo PIM 4.0 einen völlig neuen Performance-Schub, der es Kunden ermöglicht, von schnelleren Im- und Exporten, einer beschleunigten Time-to-Market und einer besseren Skalierbarkeit für die Erweiterung von Produktkatalogen zu profitieren.

„In unserem jüngsten Bericht ‚IDC MarketScape: Worldwide PIM Applications for Commerce‘ haben wir Akeneo für seine Open-Source-Strategie, die Kundenzufriedenheit, die starke Entwickler-Community und das effiziente Katalogmanagement ausgezeichnet“, so Jordan Jewell, Research Manager für den digitalen Handel bei IDC. „Die von uns befragten Kunden bewerteten Akeneo in fast allen von uns untersuchten Kriterien überdurchschnittlich gut. Die Produktverbesserung mit der PIM 4.0-Version von Akeneo sollte es den Kunden ermöglichen, konsistentere und qualitativ hochwertige Omnichannel-Produktinformationen sowohl für B2C- als auch für B2B-Unternehmen jeder Größe zu liefern.“

Zeitgleich zum Launch von Akeneo 4.0 veröffentlichen Akeneo und Accenture Umfrageergebnisse, die den dringenden Bedarf an effektiven PXM-Lösungen unterstreichen. Laut der Umfrage haben 80 % der Käufer einen Kauf abgebrochen und 40 % ein Produkt wegen fehlender oder ungenauer Produktinformationen zurückgeschickt. Fast ein Drittel der Verbraucher gibt an, dass sie für ein Produkt mehr bezahlen würden, wenn ihnen vollständige Produktinformationen zur Verfügung stünden, und mehr als ein Drittel der Käufer ist bereit, für eine herausragende Product Experience mehr zu bezahlen.

„Akeneo ist stolz darauf, den Branchenwandel von PIM zu PXM anzuführen. Dieser Wandel ist heute ein wichtiger Erfolgsfaktor, sowohl für B2B- als auch für B2C-Marken im Kontext der heutigen Omnichannel Experience Economy“, sagt Fred de Gombert, CEO und Mitbegründer von Akeneo. „Unser 4.0-Produkt ist eine auf einzigartige Weise integrierte PXM-Plattform mit einem umfangreichen Partner-Ökosystem und leistungsstarken KI-gestützten Product-Data-Intelligence-Funktionen. Kein anderer PXM-Anbieter ermöglicht es Händlern und Marken in diesem Umfang, die geballte Leistungsfähigkeit des florierenden Omnichannel-Commerce-Stacks zu nutzen.“

Über Akeneo

Akeneo gehört zu den weltweit führenden Lösungsanbietern im Bereich Product Experience Management (PXM) und Product Information Management (PIM), der Hersteller und Händler unterstützt, eine einheitliche und konsistente Customer Experience über alle Touchpoints hinweg zu bieten – ob E-Commerce, Mobile, Print oder am POS. Mit Akeneos Open Source PIM werden Produktdaten zentral harmonisiert, übersetzt und können intuitiv und flexibel von den eigenen Mitarbeitern oder externen Zulieferern bearbeitet und genutzt werden.

Mehr als 180 Mitarbeiter und 100 Partner weltweit unterstützen Unternehmen bei ihrem Multichannel-Marketing sowie bei der Verbesserung ihrer Customer Experience, um ihre Time-to-Market zu reduzieren. Zu den über 300 Kunden des 2013 gegründeten Unternehmens gehören namhafte Marken wie Fossil, Frankfurt Airport, Lancaster, Sephora und SLV. Akeneo hat weltweit Standorte in Frankreich, Deutschland, den USA, Großbritannien, Polen und Spanien.

Weitere Informationen unter: www.akeneo.de oder hello@akeneo.com

Pressekontakt

ELEMENT C

Christoph Hausel

089 720 137 20

akeneo@elementc.de