

Market Performance Wheel

Customer Relationship Management (CRM)

Consultix GmbH

ProCampaign

06/2018



Market Performance Wheel

Consultix ProCampaign CRM

Market Research Re-Engineered

The Group of Analysts (TGOA) ist ein Marktforschungsunternehmen, das Auswertungen über die Entwicklungen in der IT-Welt anbietet. Diese Auswertungen werden in visualisierter Form dargestellt. Die Ergebnisse sind Datenschaubilder, die man Market Performance Wheels (MPW) nennt. Informativ gestaltete, kreisförmige Wissensformen, die die Fähigkeit der multidimensionalen Betrachtung besitzen. Sie basieren auf einer wissenschaftlich fundierten Wissenspyramide, die sich auf bis zu 400 Bewertungskriterien bezieht.

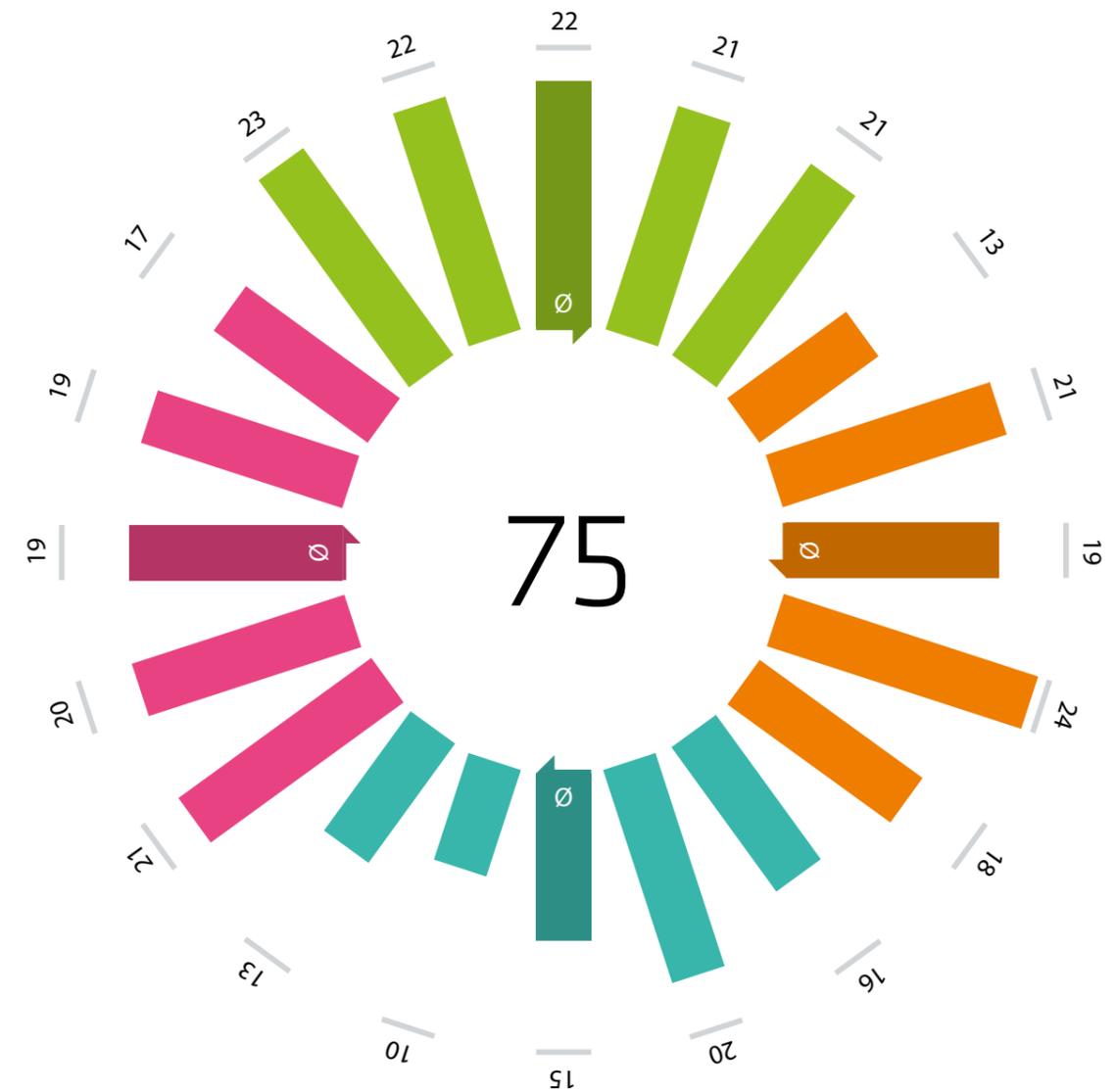
Der Anspruch des deutschen Unternehmens TGOA an die durchgeführten Auswertungen stellt eine fast schon ingenieurhafte Detailtiefe dar, die eine qualitativ hochwertigere Alternative zu den US-amerikanischen Analysten wie Gartner, Forrester und Co. bietet.

Mit den Market Performance Wheels schafft TGOA zum ersten Mal eine vollständige und somit fundierte Bewertungsgrundlage für die spezifische Auswahl von Herstellern und Integratoren. Ganz wesentlich dabei ist, dass TGOA vollständig neutral und anbieterunabhängig ist, sodass die MPWs auf vertrauenswürdigen Content basieren.

The Group of Analysts (TGOA) is a market research company which offers evaluations on developments in the IT world. These evaluations are represented in visual form. Concentric charts, which we call Market Performance Wheels (MPW), are the result. These represent informative, circular forms of knowledge, capable of multi dimensional observation. They are based on a scientifically sound pyramid of knowledge, which refer to up to 400 evaluation criteria.

The German company TGOA's requirements of the evaluations represent an almost ingenious depth of detail, which provides a high-quality alternative to US analysts such as Gartner, Forrester and co.

With the Market Performance Wheels, TGOA has created a complete and therefore valuable basis of evaluation for the specific selection of software vendors and integrators. Most importantly, TGOA is completely neutral and vendor-independent, so the MPWs are based on trusted content.



Consultix GmbH
Wachtstraße 17-24
81245 Bremen
Germany
Fon +49.421 333 880
www.procampaign.de

02/2018

- Ability to execute
- Marktdurchdringung Market penetration
- Zukunftsfähigkeit Future proof
- Technologie Technology

Die Wissenspyramide

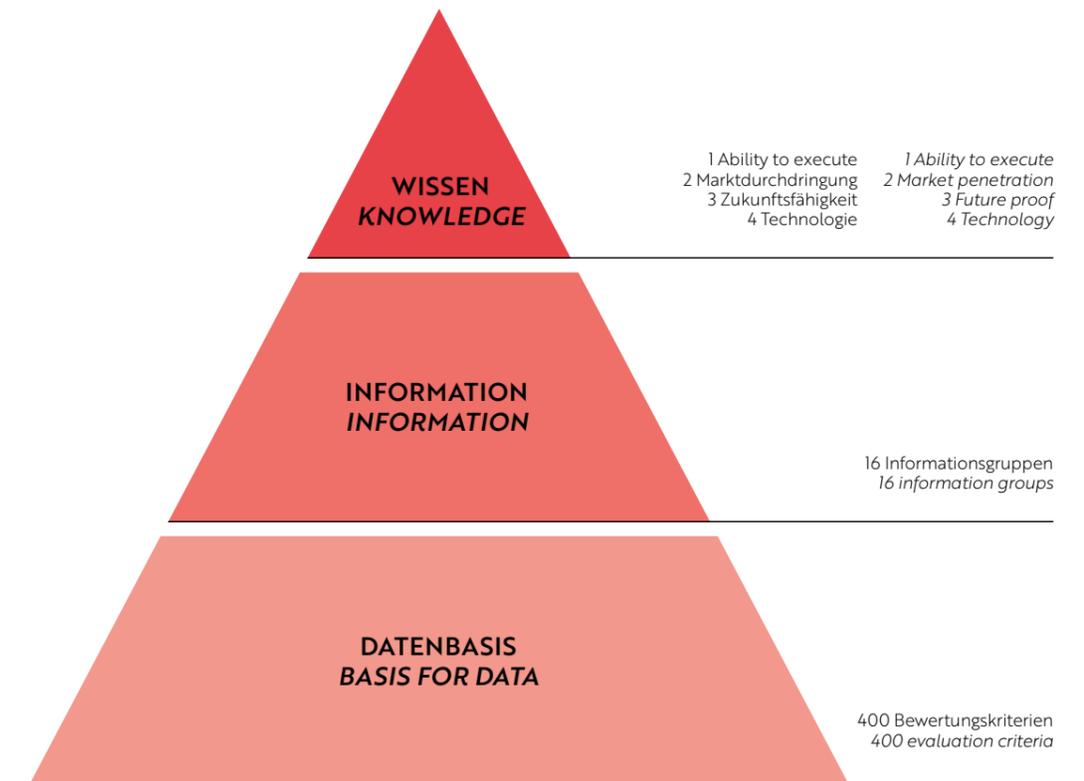
The Pyramid of Knowledge

Wissen ist mit Erfahrungskontext getränkte Information. In der Wissenspyramide der The Group of Analysts verdichten sich 16 Informationsgruppen zu vier Wissensseigenschaften: Ability to execute, Marktdurchdringung, Zukunftsfähigkeit und Technologie. Die Market Performance Wheels bilden damit die kumulierte Sicht auf alle Informationsgruppen und Wissensseigenschaften in einem einzigen Datenschaubild.

Die MPWs zeigen so ein erstes Analyseergebnis der wesentlichen Unternehmens- und Produktmerkmale konsequent und ehrlich auf.

Knowledge is information impregnated with experience. In The Group of Analysts' pyramid of knowledge, 16 groups of information are compressed into four knowledge characteristics: ability to execute, market penetration, future proof and technology. The Market Performance Wheels build the cumulative view of all information groups and knowledge characteristics in just one concentric chart.

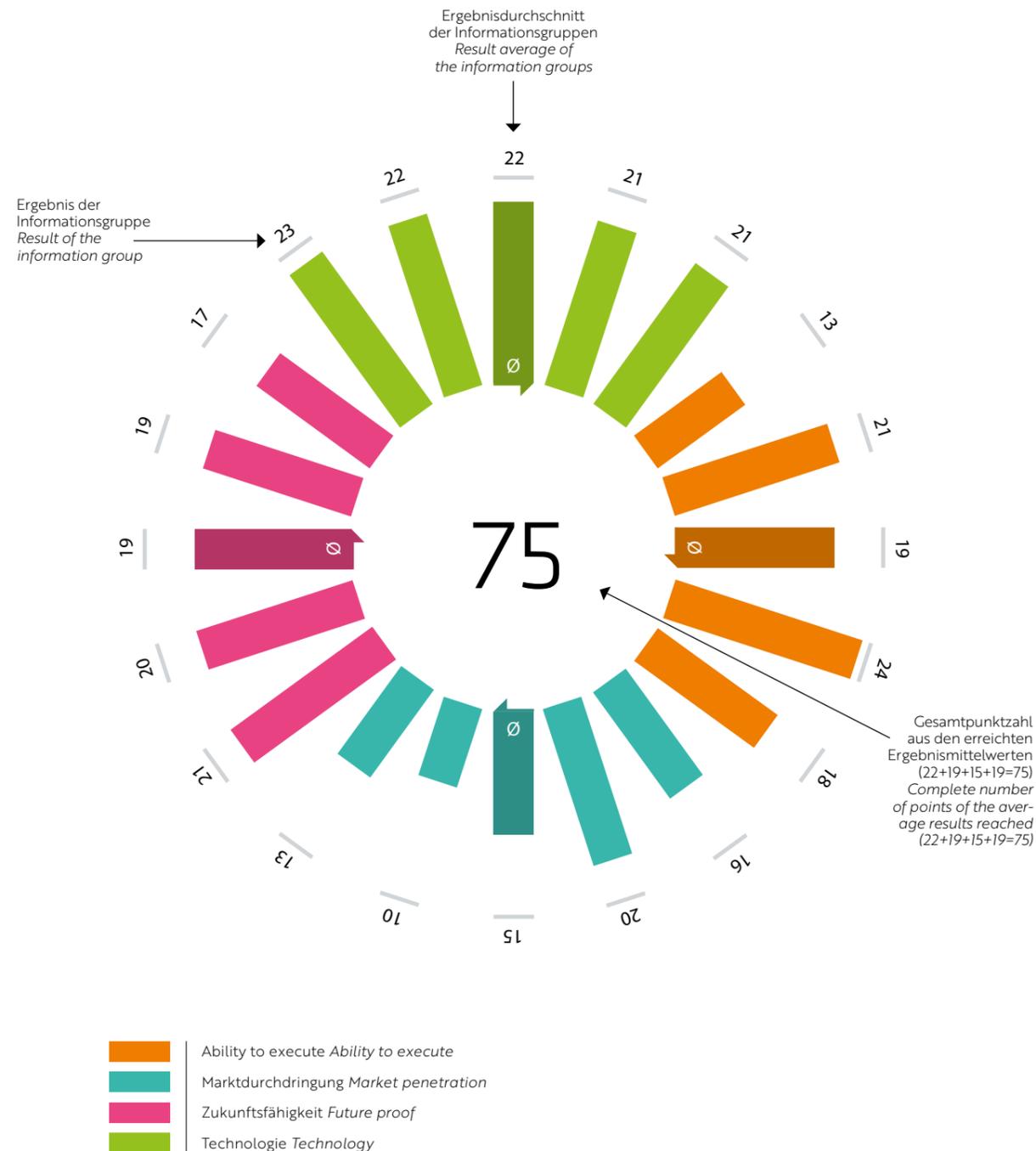
The MPWs consequently and honestly show the first results of the analysis of the essential company and product features.



Die Wissenspyramide (in Anlehnung an die Evaluationsarbeit von Lucas-Nülle und Kahyaoglu (2003-2015))
The Pyramid of Knowledge (following the evaluation work of Lucas-Nülle and Kahyaoglu (2003-2015))

Das Market Performance Wheel für Hersteller

The Market Performance Wheel for Vendors



Das Market Performance Wheel für Hersteller spiegelt hinsichtlich der Unternehmensperformance insgesamt vier Bereiche wider, die in unterschiedlichen Farben dargestellt werden: Ability to execute (orange), Marktdurchdringung (türkis), Zukunftsfähigkeit (pink) und Technologie (grün). Die einzelnen Bereiche sind wiederum unterteilt in vier Unterkategorien. Somit entstehen insgesamt 16 bewertete Themenblöcke.

The Market Performance Wheel for vendors reflects four areas of corporate performance, which are depicted in different colours: ability to execute (orange), market penetration (turquoise), future proof (pink) and technology (green). The individual areas are further divided into four subcategories. These result in a total of 16 rated topics.

Ability to execute Ability to execute	max. Punkte 25 max. points 25
Unternehmensgröße Company size	13
Projektqualität Project quality	21
Ability to execute Ability to execute	19
Software-Deployment Software deployment	24
Support/Schulungen/Doku Support/training/documentation	18

Marktdurchdringung Market penetration	max. Punkte 25 max. points 25
Branchen-/Kundenreferenzen Targets/references	16
Partnerschaften Partnerships	20
Marktdurchdringung Market penetration	15
Installationsbasis Installed base	10
Lizenzumsatzbasis License revenue base	13

Zukunftsfähigkeit Future proof	max. Punkte 25 max. points 25
Vollständigkeit der Vision Completeness of vision	21
Entwicklungsfähigkeit Capacity for growth	20
Zukunftsfähigkeit Future proof	19
Management-Team Management team	19
Internationale Ausrichtung Internationalisation	17

Technologie Technology	max. Punkte 25 max. points 25
Lösungsansatz & Integration Solution approach & integration	23
Grundsätzliche Systemfunktionen Basic system functions	22
Technologie Technology	22
CRM-Funktionsbausteine CRM functionality	21
Kampagnen, Sales und Tools Campaigns, sales and tools	21

Ability to execute

Ability to execute



Der Bewertungsbereich **Unternehmensgröße** ist insbesondere für größere Enterprise-Projekte von entscheidender Bedeutung. Hier fließt neben der Anzahl der Mitarbeiter und dem zugehörigen Umsatz für den relevanten Software-Bereich auch die Relation zur Gesamtgröße des Unternehmens in die Analyse mit ein.

Das Analysefeld **Projektqualität** enthält neben der Bewertung des Software-Produkt-Lebenszyklus vor allem Informationen zur Projektumsetzung. Hier kommen Teilbereiche wie beispielsweise Fortbildung und Qualifikation von Mitarbeitern und Partnern, die Methodik der Projektplanung und die Art der Zusammensetzung von Projektteams zum Tragen. Abgerundet wird die Bewertung durch Analysteninterviews mit Kunden und Integrationspartnern.

Der grundsätzliche IT-Aufbau in Bezug auf Standardsoftware wird im Bereich **Software-Deployment** analysiert und bewertet. Hier wird neben den IT-Plattformen und Entwicklungsumgebungen auch der Teilbereich Konfigurationsmanagement beleuchtet. Ebenso das Testmanagement, die Updatefähigkeit, definierte Skalierungsszenarien sowie das System-Monitoring.

Im Hinblick auf den Bewertungsbereich **Support/Schulungen/Doku** spiegelt das Analyseergebnis zur Organisation des Supports mit seinen unterschiedlichen Service Level Agreements den Einsatz entsprechender Ticketsysteme und deren Kundenzugang wider. Das Angebot an Schulungen sowie die einfache Nutzerdokumentation stehen hier ebenfalls im Fokus der Beurteilung.

The evaluation area **company size** is crucial, especially for larger enterprise projects. Here the number of employees, the associated revenue for the relevant software field and the relation to the total size of the company is integrated into the analysis.

In addition to the evaluation of the software product life cycle, the topic **quality of project execution** mainly contains information on project implementation. Subcategories such as training and qualification of employees and partners, the methodology of project planning and the nature and composition of the project team come to bear here. The evaluation is completed by analyst interviews with customers and integration partners.

The fundamental IT structure in terms of standard software is analysed and evaluated in the area **software deployment**. Here, next to the IT platforms and development environments, the section configuration management is also illuminated. Likewise, the test management, updatability, defined scaling scenarios and system monitoring are evaluated in this area.

In the evaluation area **support/training/documentation** the analytical result reflects the support organisation with its different service level agreements using appropriate ticket systems and the customer's access. The range of training seminars and the quality of the user documentation are also in the focus of the evaluation.

Marktdurchdringung

Market penetration



In die Bewertung der **Branchen-/Kundenreferenzen** fließt zum einen das Spektrum der möglichen Zielbranchen wie Industrie, Versandhandel, Banken, Versicherungen und Touristik ein. Zum anderen spielen hier die erreichten Kundenreferenzen in den genannten Zielbranchen eine essenzielle Rolle. Zur Vervollständigung werden die konkrete Anzahl von durchgeführten Projekten, deren Größenordnung und die Bewertung der Referenzkundeninterviews in die Analyse mit aufgenommen.

Das Analysefeld **Partnerschaften** bewertet neben der Kooperation mit Technologiepartnern, Verbänden und Forschungsinstituten vor allem das weltweite sowie DACH-Netzwerk von Integrationspartnern und deren realisiertes Umsatzvolumen mit der jeweils relevanten Software. Als qualitative Informationen fließen auch hier die Ergebnisse der Analysteninterviews seitens der Integratoren mit ein.

Die Anzahl der Systeminstallationen weltweit und im DACH-Markt stellt die **Installationsbasis** dar, welche eine quantitative Aussage über die Verteilung der Software-Lösung zulässt.

Die zugehörige **Lizenzumsatzbasis** zeigt im Vergleich eine qualitative Einschätzung über die Größenordnungen der Installationen. Hier lässt ein hohes kumuliertes Ergebnis auf große Enterprise-Installationen mit einer dementsprechenden Verbreitung schließen. Eine hohe Installationsbasis mit niedriger Bewertung in der Lizenzumsatzbasis muss jedoch nicht schlechter sein, sondern ist ggf. ein Indikator für eine mittelstandsfokussierte Software-Lösung. Eine niedrige Installationsbasis kann wiederum ein noch junges Software-Produkt kennzeichnen, welches seine vollständige Marktdurchdringung bisher noch nicht erreicht hat.

The evaluation of the **targets/references** reflects, on the one hand, the spectrum of possible target sectors such as industry, specialised retailers, banks, insurance companies and tourism. On the other hand, the references within target industries play an essential role. To round up this area, the actual number of completed projects, their magnitudes and evaluations of reference customer interviews are included in the analysis.

The topic **partnerships** values the cooperation with technology partners, associations, and research institutes worldwide, and especially the DACH network of integration partners and their realised sales volume with the relevant software. The results are also resonating qualitative information from the integrators obtained by the analyst interviews.

The number of installed systems worldwide and in the DACH market represents the **installed base**, which allows a quantitative assessment of the distribution of the software solution.

In comparison, the **license revenue base** demonstrates a qualitative assessment of the extent of the installations. This implies that a high cumulative result reflects large enterprise installations with corresponding distribution. However, a high installed base with low valuation in license revenue base does not have to be bad, but is possibly an indicator of SME-focused software solution. A low installed base can indicate a new software product which has not yet reached its full market penetration.

Zukunftsfähigkeit

Future proof



Für die Zukunftsfähigkeit einer Lösung ist unter anderem entscheidend, wie klar die Lösung auf die Zielgruppe und ihre Bedürfnisse ausgerichtet ist. Dies drückt sich im Bewertungsbereich **Vollständigkeit der Vision** aus. Hier ist zum einen von Bedeutung, wie das Management-Team das Analysefeld ISCM bereits antizipiert hat. Zum anderen, wie gut das Wissen zu den Software-Lösungen der anderen Anbieter ausgebaut ist und sich in der Produkt-Roadmap niederschlägt, um etwaige Lücken schließen zu können.

Das Analysefeld **Entwicklungsfähigkeit** bewertet die finanziellen Möglichkeiten, die das Unternehmen hat, um sich weiterentwickeln und damit erfolgsorientiert wachsen zu können. Im Zuge dessen wird ein „Reality“-Check durchgeführt, um zu prüfen, ob die geplanten Wachstumskurse tatsächlich umsetzbar sind.

Der Bereich **Management-Team** zeigt auf, wie breit und sicher die Führungsebene des Unternehmens aufgestellt ist oder ob es beispielsweise noch stark vom Unternehmensgründer abhängig ist. So wirkt sich eine hohe Fluktuation von Führungskräften beispielsweise negativ auf das Analyseergebnis aus. Neben der aussagekräftigen Einzelbewertung wird zudem die Gesamtkompetenz des Führungsteams, bestehend aus der Expertise für Technologie und Produktvision, aber auch für Consulting, Finance und Partnermanagement, bewertet.

Das Analysefeld **Internationale Ausrichtung** zeigt auf, wie stark sich das Unternehmen international als Anbieter positioniert. Eine Analyse in diesem Bereich greift die geplanten Expansionsvorhaben in Bezug auf die notwendigen Rahmenbedingungen wie Einzel- und Gesamtinvestitionen oder Personalaufbau auf.

*For a solution to be future proof it is critical, among other things, how clearly the solution is aligned to the target audience and their needs. This is reflected in the area **completeness of vision**. On the one hand, it is of importance how the management team has already anticipated the topic ISCM. On the other hand, it reflects their knowledge of competing PIM software solutions and how this is reflected in the product roadmap in order to fill any gaps.*

*The topic **capacity for growth** assesses the financial opportunities that the company has to evolve and grow successfully. In this analysis, a plausibility check is performed to verify whether the planned growth rates are actually implemented.*

*The area **management team** represents how broad and how secure the management of the enterprise is or if it is, for example, still heavily dependent on the company's founder. Thus, a high fluctuation of executives affects the analysis result negatively. In addition to meaningful individual results, the overall competence of the leadership team is rated, consisting of expertise regarding technology and product vision, but also for consulting, finance and partner management.*

*The topic **internationalisation** shows how strongly the company is positioning itself as a provider internationally. An analysis in this area assesses the planned expansion projects in terms of the necessary required framework, such as individual and total investment or headcount.*

Technologie

Technology



Der Bewertungsbereich **Lösungsansatz & Integration** spiegelt zum einen wider, wie stark die Software-Lösung in Bezug auf den Bereich CRM-Systeme standardisiert ausgeprägt ist. Zum anderen zeigt er Anzahl und Qualität der verschiedenen Schnittstellen angrenzender Systemwelten wie ERP, E-Commerce, CMS und Marketing Resource Management auf.

Die **grundsätzlichen Systemfunktionen** verdeutlichen die Einschätzung der Software-Lösung hinsichtlich des Rechtemanagements in Bezug auf Funktionsbreite von Workflows und Mandantenfähigkeit. Ebenso wird die Nutzerfreundlichkeit von Oberfläche und Performance analysiert. Vervollständigt wird das Analysefeld mit Werten zu Import und Export sowie den Reportingtools.

Das Analysefeld **CRM-Funktionsbausteine** bildet die Kernelemente des CRM-Systems ab. Es umfasst alle Bewertungen zum Datenmodell des Adressmanagements und der Verwaltung weiterer Objektarten wie Aufgaben, Vorgänge und zum Beispiel Produkte. Ebenso werden die Möglichkeiten der Relationen und der Visualisierung des Beziehungswissens beleuchtet. Abgeschlossen wird der Block mit Tools für Suche, Groupware-Funktionen und Qualitätssicherungstools wie beispielsweise ein Dublettencheck.

Der Bereich **Kampagnen, Sales und Tools** widmet sich den Möglichkeiten zur Kampagnenverwaltung sowie dem dazugehörigen Projektmanagement. Zudem werden Funktionsbereiche für Callcenter, Direkt- und E-Mail-Marketing sowie Social CRM untersucht. Weitere Funktionsbereiche sind Service Management, Vertriebsprozessunterstützung, das analytische und Local Area CRM.

*The area of assessment **solution approach & integration** on one hand reflects how strongly the software solution is distinctly standardised with regard to the area of CRM systems. On the other hand, it demonstrates the number and quality of the different interfaces of adjacent systems such as ERP, e-commerce, CMS and marketing resource management.*

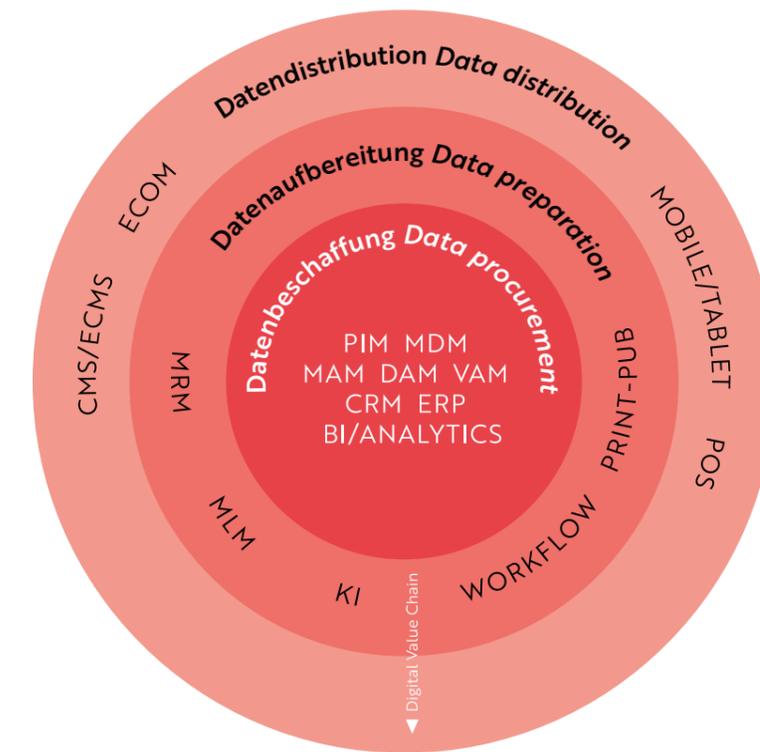
*The **basic system functions** clarify assessment of the software solution with regard to rights management concerning the range of functions of workflows and multi-client capability. In addition, the user-friendliness of the interface and the performance is analysed. The field of analysis is completed with values regarding import and export as well as the reporting tools.*

*The field of analysis **CRM functionality** illustrates the central elements of the CRM system. It includes all evaluations of the address management data model and the management of additional object types such as tasks, processes and products, for example. Similarly, the relational possibilities and the visualisation of object dependencies is examined. The block is completed with tools for searching, Groupware functionalities and quality assurance tools such as a duplicate check.*

*The area **campaigns, sales and tools** dedicates itself to campaign management such as the corresponding project management. Furthermore, areas of functionality for call centres, direct and email marketing as well as social CRM are examined. Additional areas of functionality are service management, sales process support, the analytical and local area CRM.*

Einführung in das Information Supply Chain Management

Introduction to the Information Supply Chain Management



Die Information Supply Chain stellt analog zur klassischen Supply Chain eine Kette an vernetzten Software-Lösungen dar. Hierbei werden alle relevanten Daten zu Produkten, Dienstleistungen und damit verbundenen Services sowie zielgruppenorientierte Informationen beschafft, erfasst, ergänzt, aufbereitet, verarbeitet und verbreitet.

Der Begriff ISCM wurde im Jahr 2008 durch den Chefanalysten von The Group of Analysts, Temel Kahyaoglu, ins Leben gerufen und geprägt. Von diesem Zeitpunkt an ist der Begriff fest in der digitalen Welt verankert und nicht mehr wegzudenken. Dies ist besonders auf das universelle Konzept hinter dem ISCM zurückzuführen. Bestehende Software-Märkte sind untergliedert, wodurch gleichzeitig die Flexibilität für erforderliche Anpassungen besteht. Wie in der folgenden Abbildung dargestellt, sind die für das ISCM bedeutsamen Software-Märkte analog zu den drei Säulen des Supply Chain Managements (SCM) zuzuordnen. Diese sind Beschaffung, Aufbereitung und Distribution von Daten.

Während die digitale Wertschöpfungskette linear von der Beschaffung über die Aufbereitung hin zur Distribution verläuft, bestehen die zugrunde liegenden digitalen Informationsflüsse vernetzt zwischen allen Systemen.

The Information Supply Chain represents a chain of connected software solutions in parallel with the classic Supply Chain. All relevant data on products and their associated services and target group-oriented information is therefore procured, recorded, completed, prepared, processed and distributed.

The term ISCM was coined by the Chief Analyst of The Group of Analysts, Temel Kahyaoglu, in 2008. From this point onwards, the term has been firmly implemented in the digital world, becoming indispensable. This can be traced back to the universal concept behind the ISCM in particular. Existing software markets are subdivided, simultaneously creating flexibility for the necessary adjustments. As depicted in the below illustration, the software markets that are currently crucial for ISCM to the Supply Chain Management's (SCM) are assigned three pillars. These are procurement, preparation, and distribution of data.

While the digital value chain runs linearly from procurement over processing to distribution, the underlying flow of digital information is connected across all systems.

Die Zuordnung der hier aufgeführten Software-Märkte ist nicht als starres Konstrukt zu verstehen. Dauerhaft Bestand hat die Grundstruktur des ISCM-Schemas mit ihrer Unterteilung in die drei Ebenen. Auf diesen werden Software-Märkte flexibel vernetzt angeordnet. Die verschiedenen Software-Märkte sind unterschiedlich weit entwickelt. Des Weiteren stehen einzelne Märkte näher zueinander als andere. Die abgebildeten Software-Märkte stellen lediglich einen momentanen Ausschnitt dar. Die Elemente auf den Ebenen können durch sich wechselnde Anforderungen und Voraussetzungen verändert werden.

Derartige Anpassungen werden im Zuge zukünftiger Entwicklungen auf den Märkten erforderlich sein. Diese sind die Entstehung neuer Software-Lösungen, die Verarbeitung neuer Informationsarten, die Unterstützung innovativer Modelle der Zusammenarbeit sowie die Bedienung neuer Distributionskanäle. Dadurch können bestehende Strukturen verschmelzen, diffundieren oder gegebenenfalls wandern. Die Software-Märkte können auf den im Vorfeld bestimmten Bedarf eines jeweiligen Unternehmens individuell angepasst werden. Demnach ist es nur eine Frage der Zeit, bis das im jeweiligen Unternehmen vollständig ausgearbeiteten ISCM-Gesamtbild zukünftig in weitere neue Felder eingebunden wird.

The categorisation of the software markets listed should not be seen as a rigid construction, however. The basic structure of the ISCM model with its subdivision into three levels remains permanent, to which software markets are flexibly connected. Different software markets have developed at varying paces. In addition, some markets are closer to each other than others. The software markets depicted only represent a current extract. The elements on the various levels can be adapted through alternating requirements and conditions.

These adaptations will become necessary within the course of future developments on the market, resulting in new software solutions, processing new types of information, supporting innovative models of cooperation and the operation of new distribution channels. This merges existing structures, diffusing them and causing them to potentially migrate. Software markets can be adapted individually to the predetermined requirements of the respective company. It is therefore only a matter of time until further new fields are incorporated into even fully-elaborated overall ISCM pictures for the respective company.

Datenbeschaffung

Hier werden die Systeme zugeordnet, die besondere Funktionsräume für Pflege, Haltung, Onboarding, Aufbereitung, Export und Mutation der Daten bieten. Im Speziellen geht man von folgenden Systemen aus: Product Information Management (PIM), Media/Digital/Video Asset Management (MAM/DAM/VAM), Customer Relationship Management (CRM), Enterprise Resource Planning (ERP), Business Intelligence (BI) und Analytics. Daten zum Produkt entstehen bereits zu Beginn des Produktlebenszyklus. Bei der Produkterrichtung im ERP-System werden Stammdaten eingepflegt. Mit vertriebsrelevanten Inhalten und Wissen werden diese im PIM-System angereichert. Im weiteren Verlauf kommen im MAM-System Medien, wie Produktfotos oder -videos, hinzu. CRM-Systeme enthalten alle kundenrelevanten Informationen, die auch in Beziehung zu den Produkten stehen. Über Systeme für BI und Analytics werden wertvolle Daten aus diversen Quellen einbezogen, unter anderem aus Distributionskanälen. Daraus ergibt sich ein Kreislauf, in dem Daten im Bezug zueinander ausgewertet werden.

Datenaufbereitung

Hierunter verstehen wir den Bereich, in dem Content in unterschiedlichster Sprache, Komplexität oder Form produziert wird. Geregelt werden hier ebenfalls Workflows und die Zusammenarbeit. Beispiele hierfür sind die Themen Marketing Resource Management (MRM), Übersetzungsmanagement mit dem Multi Language Management (MLM) beziehungsweise mit dem Translation Memory System (TMS), Workflow Management, Print-Publishing (Print-Pub) respektive Dynamic Publishing Systeme (DPS) und Künstliche Intelligenz (KI). Bei den Lösungen für MRM und Workflow Management sind die zur Verfügung stehenden Systeme noch relativ jung. Dementsprechend ist der Angebotsmarkt stärker fragmentiert. Der Bereich Multi Language Management ist seitens der Anbieter zwar weit entwickelt, wird aber immer noch häufig über externe Dienstleister betrieben. Daraus ergibt sich ein Kreislauf, in dem Daten im Bezug zueinander ausgewertet werden.

Data procurement

Here, systems are categorised that provide special functional areas for service, maintenance, on-boarding, preparation, export and mutation of data. In particular, the following systems belong here: Product Information Management (PIM), Media/Digital/Video Asset Management (MAM/DAM/VAM), Customer Relationship Management (CRM), Enterprise Resource Planning (ERP), Business Intelligence (BI) and Analytics. Data related to a product already forms at the beginning of the product life cycle. When setting up a product in the ERP system, master data is entered and enriched with content and information relevant to sales in the PIM system. During further steps, media such as product photos or videos are added in the MAM system. CRM systems contain all customer-related information that is also related to the products. BI and Analytics will provide valuable data from various sources too, including distribution channels. This results in a cycle in which data is evaluated with respect to its relation to each other.

Data preparation

This is the area where content is produced in a wide range of languages, complexity or form. Workflows and cooperation are also managed here. Examples include. Marketing Resource Management (MRM), translation management with multi-language management (TMS), workflow management, print publishing (PRM), and dynamic publishing systems (DPS) as well as artificial intelligence (AI). The available system solutions for MRM and Workflow Management are relatively recent. Accordingly, the supply side of the market is more fragmented. The multi-lingual management sector is more mature when it comes to providers, but is often still operated through external service providers.

Datendistribution

Der Bereich der Datendistribution umfasst alle Ausleitungen von Informationen aus dem ISCM-Bereich der Datenbeschaffung in die verschiedenen Kanäle zum Kunden hin. Es ist wichtig, die Ausleitungen im System zur Datenbeschaffung, beispielsweise PIM, zu planen. Die dazugehörigen Prozesse und Möglichkeiten zur Kollaboration müssen bereitgestellt und dann in die Kanäle geliefert werden. Zum Bereich der Datendistribution gehören vorwiegend (Enterprise) Content Management Systeme (ECMS/CMS), E-Commerce-Systeme (ECOM) sowie Lösungen für Mobile/Tablet und Point of Sale (POS). Auch hier gilt, dass die Software-Märkte sich im Wandel befinden. Ausnahmen bilden die Bereiche E-Commerce und (E)CMS, da diese klar definiert sind.

Dabei ausschlaggebend ist die Ausleitungskompetenz, denn Kunden müssen über alle Kanäle hinweg und an allen Touchpoints die jeweils relevanten Produktinformationen erhalten. Auch im B2B-Bereich ist eine umfangreiche Produktdatenversorgung des Abnehmers essenziell. Hersteller von Systemen, die der Datendistribution vorgelagert sind, müssen also in der Lage sein, die Ausleitungen perfekt zu orchestrieren. Dabei müssen diese mit allen Anbietern von Datendistributionssystemen harmonisch zusammenarbeiten. Dies ist bei den etablierten Herstellern für PIM, MAM/DAM und MRM gewährleistet.

Data distribution

The area of data distribution includes all releases of information from the ISCM area of data collection via the various channels facing the customer. Here, the rule is that it is important to plan the releases in the data procurement system, i.e. PIM, and to provide the associated processes and collaboration options before delivering them via the respective channels. The area of data distribution consists of mainly (enterprise) content management systems (ECMS/CMS), e-commerce systems (ECOM) as well as solutions for mobile/tablet and Point of Sales (POS). Again, the software markets are changing. Exceptions are the areas of e-commerce and (E)CMS as these are clearly defined.

The decisive factor is the release competence as customers must be able to access all relevant product information at any touchpoint and on all channels. A comprehensive supply of product data to the client is essential for B2B as well. Producers of systems upstream of data distribution must therefore be able to orchestrate the output perfectly and must be working together with all providers of data distribution systems. This is the case for the established manufacturers for PIM, MAM/DAM and MRM solutions.

Download Details *Download Details*

Die Market Performance Wheels sind als transparente, fundierte Basis zu sehen, die den Prozess der Evaluation von Software-Systemen und der benötigten Integratoren zeitlich signifikant verkürzt – ohne weitere Hilfsmittel und zusätzliche Anfragen bei Software-Herstellern und Integratoren. Fordern Sie dazu Ihre spezifischen MPWs mit allen detaillierten Kennzahlen sowie bei Bedarf die jeweilige Datenbasis bei TGOA an. Alle verfügbaren MPWs erkennen Sie an der MPW-Abbildung im Buch der Analysten und auf www.tgoa.com.

Die nächste Stufe wird das MPW-Portal sein. Hier ist es künftig möglich, individuelle Parameter zur Gewichtung der 16 Informationsgruppen zu vergeben. Ebenso ermöglichen verschiedene Drill Downs den Zugriff auf Detailinformationen zu den Analysen. So ist es erstmals möglich, eine Long List selbstständig und fundiert zu einer Short List zu verkürzen.

Wollen Sie aktuell informiert sein? Folgen Sie uns auf LinkedIn oder XING, wie bereits über 3.000 andere Unternehmen. Hier erhalten Sie stetig Informationen über neu erschienene MPWs und natürlich über die baldige Eröffnung unseres MPW-Portals.

Ihr Chefanalyst
Temel Kahyaoglu

The Market Performance Wheels should be seen as a transparent, sound basis, which significantly shortens the time needed for the process of evaluation of software systems without the needed tools and additional requests from software suppliers and integrators. Request your specific MPWs with all detailed figures as well as the corresponding database, if required, from TGOA. All available MPWs can be found in the MPW illustration in the Book of Analysts and on www.tgoa.com.

The next step is the MPW portal. It will be possible to give individual parameters to the weighting of the 16 information groups. In addition, different drill downs allow access to detailed information on the analyses. For the first time, this enables a longlist to be shortened in an independent and founded manner.

Do you want to be kept up to date? Follow us on LinkedIn or XING, just like over 3,000 other companies. Here, you will get constant information on new MPWs and of course the upcoming launch of our MPW portal.

Your Chief Analyst
Temel Kahyaoglu

Haben Sie Fragen oder Feedback? *Do you have questions or feedback?*

Wir freuen uns sehr, wenn es gelingt, einen Dialog mit Ihnen zu starten. Denn Kommunikation, die nur in eine Richtung geht, ist eintönig.

Deshalb sind wir für Sie gerne persönlich erreichbar, am einfachsten geht's mit einem Anruf:

Temel Kahyaoglu: +49 151 585 526 18
Jürgen Burger: +49 170 930 56 04
Dietmar Rieger: +49 171 562 45 21

oder per Mail:

Temel Kahyaoglu: t.kahyaoglu@tgoa.com
Jürgen Burger: j.burger@tgoa.com
Dietmar Rieger: d.rieger@tgoa.com

We would be delighted to start a dialogue with you, because communication that only goes in one direction is monotonous.

Therefore, we are happy to be personally available for you, the easiest way is to give us a call:

Temel Kahyaoglu: +49 151 585 526 18
Jürgen Burger: +49 170 930 56 04
Dietmar Rieger: +49 171 562 45 21

or by mail:

Temel Kahyaoglu: t.kahyaoglu@tgoa.com
Jürgen Burger: j.burger@tgoa.com
Dietmar Rieger: d.rieger@tgoa.com



The Group of Analysts AG
Uferpromenade 5
88709 Meersburg
www.tgoa.com