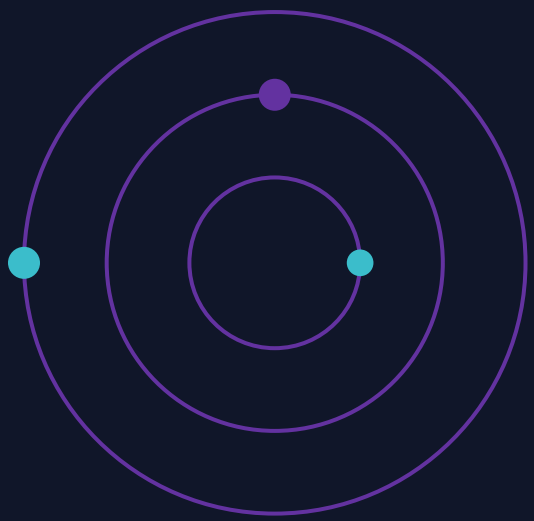
EXECUTIVE BRIEF

PXM: una leva strategica per il Fashion & Luxury

Dati, contenuti e insight per portare ogni collezione sul mercato con una voce coerente.



EDIZIONE AGGIORNATA

27 ottobre 2026 | Italiano

Ogni prodotto racconta il brand

Nel fashion, la scheda prodotto collega creatività e decisione di acquisto. Materiali, vestibilità, immagini e disponibilità devono descrivere lo stesso articolo anche quando cambiano lingua, assortimento e canale. La complessità cresce con le varianti di taglia e colore, i lanci stagionali e i contenuti prodotti da team diversi.

Il Product Experience Management (PXM) organizza il percorso dal dato all'esperienza: il PIM struttura le informazioni, il DAM governa gli asset, la distribuzione adatta i contenuti ai canali e il Digital Shelf Analytics osserva ciò che viene effettivamente pubblicato. ERP e PLM mantengono le proprie responsabilità su dati gestionali e sviluppo prodotto.

Priorità	Intervento	Valore da verificare
Velocità di lancio	Workflow e controlli di completezza per collezione	Meno attese tra disponibilità del dato e pubblicazione
Coerenza di marca	Attributi e asset approvati, versioni per mercato	Meno discrepanze tra scheda, immagine e variante
Esperienza di acquisto	Fit, misure, cura e dettagli comprensibili	Scelte più informate e meno dubbi sul prodotto
Trasparenza	Evidenze e responsabilità per le dichiarazioni	Informazioni documentabili, con perimetro chiaro

Un dato approvato va riutilizzato nei canali collegati; la sua presenza online va comunque verificata dopo la distribuzione.

Dall’insight all’azione

La collezione continua sul digital shelf

Una collezione pronta internamente può essere incompleta presso un retailer: immagini associate alla variante sbagliata, una guida taglie assente o una descrizione rimasta nella lingua sorgente. Il DSA aiuta a individuare questi segnali sui canali coperti e a riportarli ai responsabili dei contenuti. Frequenza di aggiornamento e profondità del monitoraggio dipendono dalle fonti accessibili.

Il ciclo operativo è semplice: osservare il problema, verificare la causa, correggere il contenuto approvato, ridistribuire e controllare l’esito. Le recensioni possono suggerire approfondimenti su fit, materiali o cura; restano segnali da interpretare insieme a resi, assistenza e dati transazionali, senza confondere correlazione e causalità.

Personalizzazione e AI su una base governata

Attributi ricchi e relazioni tra prodotti alimentano ricerca, filtri e raccomandazioni nei sistemi collegati. L’AI può assistere traduzioni e arricchimento; le proposte devono rispettare le evidenze disponibili, il tono del brand e un processo di revisione. Un semantic layer può collegare concetti come occasione d’uso, stile e compatibilità, rendendo più pertinenti ricerca e assistenti senza inventare caratteristiche.

Per sostenibilità e DPP, il PXM può organizzare dati ed evidenze da condividere con i servizi dedicati. Non sostituisce la tracciabilità di filiera, la verifica delle dichiarazioni o l’analisi dei requisiti applicabili. La preparazione inizia con ownership, fonti e versioni affidabili.

Misurare il valore della product experience

Il business case va costruito sul catalogo e sui processi reali del brand. Una percentuale ottenuta altrove non è una previsione per la propria azienda. ROI e qualità dell'esperienza vanno osservati insieme, separando il miglioramento operativo dagli effetti commerciali influenzati anche da prezzo, traffico, promozioni e stock.

Indicatore	Come misurarlo
Tempo di pubblicazione	Dalla disponibilità dei dati approvati alla scheda effettivamente online, per collezione e canale
Qualità del contenuto	Quota di varianti complete; errori per tipologia; rilavorazioni per scheda
Esito sul canale	Rifiuti dei feed, asset mancanti e tempo di chiusura delle anomalie
Esperienza	Conversione e resi per motivo, confrontando periodi o gruppi comparabili

Il percorso con The PXM Hub

Partiamo da un assessment di dati, contenuti e flussi; definiamo modello informativo, ruoli e priorità; integriamo PIM/PXM, DAM e canali; accompagniamo i team nell'adozione. Un pilota su una collezione rende visibili le dipendenze prima di estendere il modello a nuovi mercati. Le estensioni AI vengono selezionate dove esistono fonti, controlli e criteri di valutazione.

> La decisione iniziale: scegliere una collezione, un responsabile di business e pochi KPI condivisi. Il primo risultato atteso è un processo ripetibile, misurabile e gestibile dai team.

www.pxmhub.com | info@pxmhub.com