

Product information management (PIM)

**Over de toepassing en keuze van PIM systemen en
het commerciële belang van consistente productinformatie**

VOOR BETERE ICT BESLISSINGEN



Product information management (PIM)

Over de toepassing en keuze van PIM systemen en het commerciële belang van consistente productinformatie



Uitgegeven door het ICT informatiecentrum, Houten

© 2020 ICT informatiecentrum

Alle rechten voorbehouden. Het is de ontvanger van deze publicatie verboden de inhoud ervan geheel of gedeeltelijk te verveelvoudigen, openbaar te maken, digitaal te verspreiden of op welke wijze dan ook te distribueren, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. Hoewel deze uitgave met zorg is samengesteld, aanvaardt de uitgever geen enkele aansprakelijkheid voor schade ontstaan door het gebruik ervan en fouten of onvolkomenheden in de gepubliceerde teksten.

Introductie

Hartelijk dank voor uw interesse in dit boekje van het ICT informatiecentrum. Wij hopen dat deze publicatie u informeert en inspireert. En dat deze bijdraagt aan betere ICT beslissingen. Want dat is ons doel.

Het ICT informatiecentrum is een onafhankelijk kennisplatform over bedrijfssoftware en andere zakelijke ICT thema's. Wij bestaan sinds 2001, helpen jaarlijks duizenden organisaties en ICT beslissers aan waardevolle kennis bij hun IT projecten, informeren hen via de ICT nieuwsbrief over belangrijke ontwikkelingen, werken samen met kennisinstituten, brancheorganisaties en meer dan 300 kennis- en informatiepartners en zijn de motor achter een groot aantal websites, boeken, whitepapers en andere kennisdocumenten. Al vele jaren zijn wij de meest gebruikte informatiebron bij de keuze van bedrijfssoftware, zakelijke ICT producten, diensten en leveranciers.

Waar we voor staan

Wij benadrukken graag onze drie kernwaarden: onafhankelijkheid, zelfstandigheid en betrouwbaarheid. Wij hebben geen enkel belang of en met wie u zaken doet; iedere ICT aanbieder is voor ons gelijk. Niemand bepaalt wat wij moeten doen of zeggen; wij staan volledig los van de branche. En wij willen dat u op een prettige en nette manier geholpen wordt.

Zoekt u informatie, een oplossing, adviseur of leverancier?

Bel ons, mail ons of chat met ons als u vragen heeft. Bezoek onze website ICTinformatiecentrum.nl om uw weg te vinden in alle thema's waarover wij informatie hebben. Vraag een box met complete informatie aan voor een onderwerp waarvoor u een project wilt starten. Kortom, zoekt u informatie, een oplossing, adviseur of leverancier? Wij helpen u graag!

ICT informatiecentrum

Met dank aan ...

De inhoud van dit boekje is tot stand gekomen met medewerking van diverse specialisten voor dit thema. Wij noemen ze 'kennispartners'. Staat een kennispartner als bron bij een artikel vermeld, dan kunt u het artikel plaatsen in de context van die kennispartner en zijn of haar activiteiten.

Het is goed om te weten dat niemand ons betaalt voor publicatie van zijn of haar bijdrage aan deze publicatie. Ook betaalt het ICT informatiecentrum niemand voor een tekstuele bijdrage. Zo zijn en blijven wij volledig onafhankelijk in de samenstelling van onze publicaties.

Uiteraard danken wij onze kennispartners voor hun medewerking. Mede dankzij hun ervaringen, visies, tips en adviezen worden ICT beslissingen iedere dag weer een beetje beter.

Inhoud

Introductie	3
Met dank aan ...	4
Inleiding	6
Wat is een PIM systeem?	7
Product information management	10
PIM: beheer uw productinformatie	14
Waarom een PIM systeem?	19
Productdata, wie is verantwoordelijk voor wat?	21
Verschil tussen PIM en MDM	25
Het kiezen van een PIM systeem (1)	29
Het kiezen van een PIM systeem (2)	32
Het kiezen van een PIM systeem (3)	34
Waarmee kunnen wij u helpen?	38
Kennispartners	39

Inleiding

Aan ieder product zijn allerlei soorten kenmerken en eigenschappen verbonden. Per product wordt dat alleen maar steeds meer, zeker als dat niet alleen beperkt blijft tot de technische gegevens, maar ook gaat om logistieke en commerciële informatie. Naar mate het aantal producten bij een organisatie toeneemt en informatie over deze producten op meer plaatsen beschikbaar moet zijn (denk aan websites, technische documentatie of promotiemateriaal), wordt het lastig om alle gegevens over alle producten op een betrouwbare manier te beheren. PIM software biedt hiervoor een oplossing. PIM staat daarbij voor product informatie (of information) management.

Belangrijke eigenschap van een PIM systeem is dat het overkoepelend is voor alle onderliggende applicaties die van de productgegevens gebruik maken. Het is dan ook vergelijkbaar met master data management, dat zich breder richt op de consistentie van de belangrijkste data in het bedrijfsproces.

De verwevenheid met andere, bestaande ICT oplossingen kan de implementatie van een PIM oplossing complex maken en stelt hoge eisen aan keuze van de juiste oplossing en de beslissingen die in het selectie- en implementatietraject gemaakt moeten worden. Als uw organisatie te maken heeft met veel producten of veel productgegevens, dan laat dit boekje u kennismaken met de oplossingen die product information management daarvoor biedt. U krijgt uitleg over wat PIM is, wat het kan en wat het kost. U leest waarop u moet letten bij de keuze van een PIM systeem, wat de valkuilen daarbij zijn en welke adviezen u ter harte moet nemen.

Wij wensen u professioneel, betrouwbaar, flexibel en consistent beheer van uw productdata toe en hopen dat dit boekje daaraan een bijdrage levert.

Wat is een PIM systeem?

Onder invloed van de sterke groei en professionalisering in de e-commerce is de populariteit van product information management, ofwel PIM, de laatste jaren enorm gegroeid. Hieronder leest u waar het bij PIM om gaat.

Complexe producten

Binnen een PIM systeem is het mogelijk om informatie over complexe producten op een efficiënte manier te beheren. Bedrijven bieden producten aan die bestaan uit een groot aantal combinatiemogelijkheden. Zoals een outfit bestaande uit broek, shirt en schoenen of variatiemogelijkheden zoals een T-shirt in verschillende kleuren en maten. De uitdaging is om informatie hierover op een eenvoudige en eenduidige manier te beheren, om deze vervolgens te kunnen communiceren naar diverse output kanalen.

Relaties

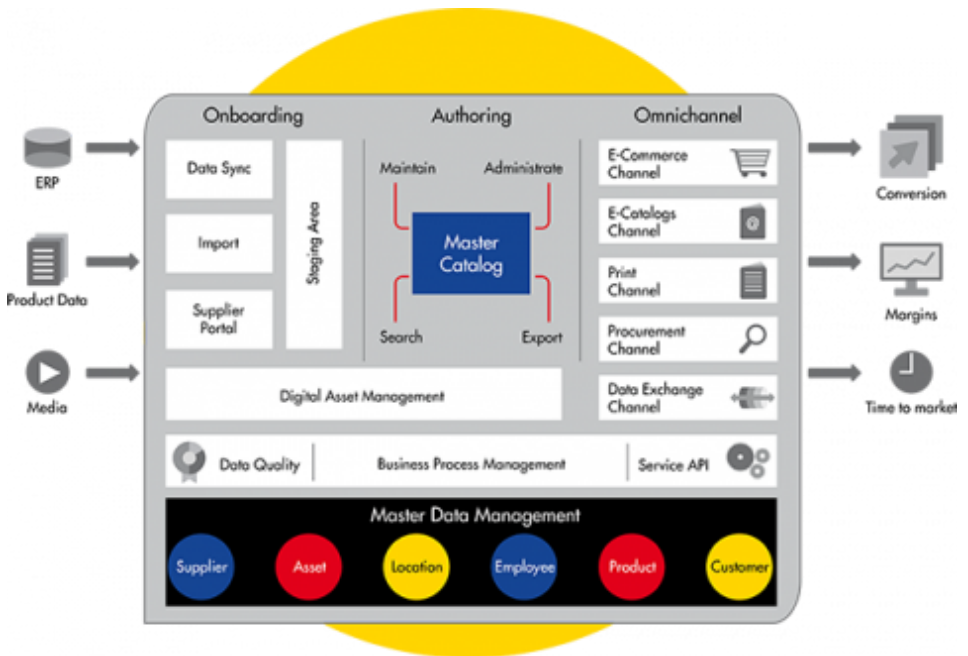
Relaties en afhankelijkheden tussen producten is een ander belangrijk thema binnen een PIM systeem. Verbanden tussen reserve- of vervangende onderdelen, alternatieven of accessoires kunnen binnen een PIM systeem eenvoudig vastgelegd en getoond worden.

Internationale standaarden

Naast het feit dat producten eigen specifieke kenmerken hebben, is de trend dat producten gekenmerkt worden door classificaties, al dan niet gebaseerd op internationale standaarden zoals GS1. Een van de krachtige middelen binnen een PIM systeem is de mogelijkheid om classificaties toe te kennen aan de producten of productgroepen. Hiermee ontstaat een zogenaamd 'rijk product'. Het product wordt beschreven in vele specifieke kenmerken. De eindklant krijgt veel informatie over het product, wat een positieve invloed heeft op de conversie.

Internationaal

Door de inzet van e-commerce vervagen grenzen en veel bedrijven zijn dan ook steeds vaker op de internationale markt actief. Hiervoor zijn productbeschrijvingen in verschillende talen nodig. Binnen een PIM systeem kan het vertaalproces ondersteund worden met workflow, waardoor deze processen goed gemanaged kunnen worden.



Multimedia objecten

Een PIM systeem is niet compleet zonder een Digital Asset Management (DAM) gedeelte. Dit kan mede worden ondersteund door workflow binnen het PIM systeem. Het DAM systeem beheert de multimedia objecten, zoals plaatjes in diverse formaten, documenten en video's die aan catalogi en producten gekoppeld zijn. Hiermee worden extra functies vanuit het DAM

systeem (zoeken, formatteren en automatisch converteren, cross-referentie, data-export, etc.) toegevoegd.

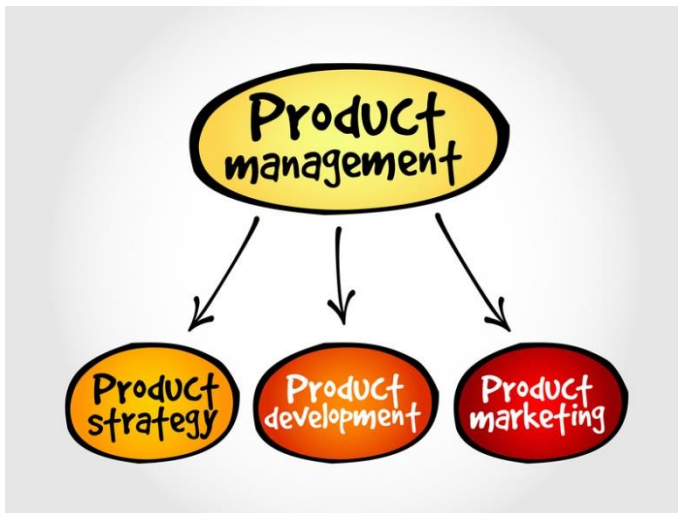
Omnichannel

Een PIM systeem is een belangrijke plek geworden in een hedendaagse Omnichannel omgeving. Het is dé centrale omgeving voor de productgegevens. In vele gevallen neemt het bij e-commerce zelfs de leidende positie van een ERP systeem.

Product information management

Bron: HP van Hagen | hpvh.nl

Product information management (PIM) is een manier om efficiënt met grote hoeveelheden productdata om te gaan. Dit wordt gedaan door middel van een product information management systeem. Dat is een softwarepakket dat centraal alle productdata door de complete levenscyclus kan volgen, van productie tot verkoop. PIM helpt om te voldoen aan de eisen voor bedrijfsvoering in een internationaal, offline en online landschap.



Voorlopers van PIM

Inmiddels alweer jaren geleden was de hoeveelheid data dat een product genereerde vrij beperkt. Tot 1990 was logistieke en sales informatie voldoende voor een goede bedrijfsvoering. Om deze informatie in goede banen te leiden werd ERP software gebruikt. Met ERP software kon standaard productgegevens opgevraagd worden, hetgeen toen gold als een

echte transactiemachine. Orders werden ingevoerd en het resultaat bestond uit picklisten en andere logistieke documenten voor het magazijn. Naast omzetgegevens kon men verkoopprijslijsten met het systeem maken. Rond 2000 ontstond bij grote retailers de behoefte aan meer gedetailleerde informatie, bijvoorbeeld voor het scannen van producten aan de kassa, maar ook voor handscanners om de juiste eenheden bij het distributiecentrum te kunnen bestellen. Wanneer een supermarkt vervolgens een bestelling plaatste bij het distributiecentrum moest dat in bepaalde eenheden (bijvoorbeeld 12 pakjes hagelslag in een doos). Op zijn beurt had het distributiecentrum meer logistieke informatie nodig, want die bestelde weer bij de fabrikant op palletniveau. Hoeveel dozen passen er op een pallet? Hoe groot is de pallet? Mogen er meerdere pallets op elkaar gestapeld worden? Hoe lang is het houdbaar bij binnenkomst? Wat is de minimale besteleenheid? In welke temperatuur moet het opgeslagen en vervoerd worden? Enzovoort. Dit was het moment dat een goed PIM systeem al nodig was.

Verandering productinformatie

In de jaren negentig bevatten de ERP systemen al beperkte productinformatie. Deze productinformatie was transactiegericht, dus maten en gewichten ten behoeve van pakhuizen en de logistiek. Voor sales waren er omschrijvingen, statistiegroepen en prijsgroepen. Voor marketing was het een hele kleine moeite om informatie, zoals artikelnummer, omschrijving en statistiegroep, te gebruiken voor folders en omzetlijsten. Deze folders werden dan gemaakt met een export uit het ERP systeem en verder verwerkt met behulp van opmaakprogramma's.

Sinds de opkomst van webwinkels en productgerichte websites, moet er steeds meer informatie over een product direct beschikbaar zijn. De klant verwacht sindsdien steeds meer te zien: specificaties, instructievideo's, gebruiksaanwijzingen, 360° video's, reviews, enz. Correcte en uitgebreide omschrijvingen van producten halen klanten eerder over om een bestelling te plaatsen. Online winkels bieden de mogelijkheden om eenvoudiger upselling en cross-selling toe te passen waardoor de verkoopwaarde per

order toeneemt. Aan de andere kant zijn online supermarkten verplicht uitgebreide informatie te geven over de voedingswaarde en mogelijke allergische reacties. Voor deze inzet van productinformatie is een PIM systeem nodig.

Wat kunt u allemaal met PIM?

Een PIM systeem is een softwareprogramma waar je op diverse niveaus productdata kunt beheren. Zo kan men productdata volgen vanaf het moment dat een product de fabriek verlaat tot het moment dat het na verkoop verpakt wordt en het magazijn verlaat richting de klant. Van groot belang is dat deze productdata consistent en up-to-date blijft.

Een PIM systeem dat data centraal verzamelt, zorgt er op efficiënte wijze voor dat productdata betrouwbaar is. Op deze manier kan een bedrijfsproces hoeveelheden productdata aan die voorheen onmogelijk waren. Elk individueel product genereert meer data dan voorheen en kent meer onderlinge relaties. Wie besluit om een longtail-strategie te implementeren, waarmee men grote aantallen producten aanbiedt, krijgt te maken met een uitzonderlijke toename van data. Dat is helemaal het geval wanneer een bedrijf zich richt op een internationale markt en productinformatie moet aanleveren in verschillende talen en die aan verschillende wetgeving moet voldoen.

Een PIM systeem kan bestaande systemen, zoals ERP systemen, koppelen en de datatoevoer stroomlijnen en automatiseren. De afname van inconsistente gegevens en foutmeldingen over de hele keten, zal resulteren in een hogere efficiëntie. Daarnaast zal de tevredenheid van zowel medewerkers als klanten toenemen. Data hoeft niet meer handmatig van een systeem naar het andere te worden overgezet.

De marketingafdeling zal met een PIM systeem een krachtig gereedschap in handen krijgen. Verkoop gaat over veel online kanalen en neemt alleen maar toe. Sommige productdata moet uniform zijn, terwijl de marketingafdeling

andere data juist per kanaal wil kunnen variëren, zoals bij tijdelijke of zeer gerichte aanbiedingen.

Conclusie

De implementatie van een PIM systeem kent vele voordelen die afhankelijk zijn van het type organisatie en de bedrijfsvoering. Aangezien de invoering van een PIM systeem zeer ingrijpend kan zijn, is het belangrijk dat men zich goed oriënteert op de sterke punten van de verschillende systemen op de markt en kiest voor de PIM oplossing die het beste bij de organisatie past.

PIM: beheer uw productinformatie

Bron: Youwe | youweagency.nl

Klanten zijn veeleisend. Ze willen alles weten over uw product. En dat niet via één kanaal, maar via meerdere. Ze willen zelfs het kanaal gebruiken dat hun voorkeur heeft, op een tijdstip dat het ze uitkomt.

U hebt de data. Het ligt verspreid over alle servers en werkplekken binnen uw organisatie: in het ERP systeem, Excel bestanden en Google docs, op papier en in de cloud. Op de een of andere manier presteren uw collega's het om een dataset op te leveren wanneer u daarom vraagt. Het betekent alleen wel dat u het bestand later krijgt dan u wenste en dat het incompleet is. En dat het tijd kostte, die uw collega's niet hebben kunnen besteden aan hun daadwerkelijke functie.

Productinformatie op één plaats

Klinkt deze wellicht ietwat overdreven beschrijving bekend? Er is een betere en slimmere manier waarop u uw productdata kunt beheren. Een manier die uw collega's tevreden maakt en ze veel tijd scheelt, een manier die consistente data en een optimale buyer journey garandeert. Bovendien zorgt het ervoor dat uw bezoeker ook een koper wordt. Die oplossing heet een PIM systeem. Een product information management systeem verzamelt al uw productinformatie op één plaats. Het laat u niet alleen productinformatie, maar ook andere aspecten beheren, zoals foto's, video, sheets en eigenlijk bijna alles wat u kan bedenken en met uw producten te maken heeft.

Organisaties zijn over het algemeen zeer afhankelijk van productdata. Daarom wordt product information management steeds belangrijker. Het is een extra handvat in de zoektocht naar minder kosten voor data

management en naar verbeterde kwaliteit van de data. Ook al breidt de catalogus met producten alleen maar uit.

Als u een ERP systeem heeft

Er is een aantal redenen waarom dit probleem niet door uw ERP systeem wordt opgelost:

- Geen of weinig tools om datakwaliteit te beheren.
- Weinig tools die workflows ondersteunen.
- Hoeveelheid categorieën en formats is vaak beperkt.
- Niet mediumafhankelijk.
- Bevat vaak informatie gebaseerd op handel en logistiek, niet op marketing of sales.

Een ERP systeem zorgt voor transacties en stroomlijnt de fysieke logistiek en sales. De transacties werken uitstekend, maar het geeft u niet de tools om uw data te verrijken of om uw klant een naadloze buyer journey aan te bieden over meerdere kanalen. Het levert ook niet alle data en bestanden op die u nodig heeft vanuit een marketing en sales perspectief.

Wie krijgt de informatie het eerst bij de klant?

Grote online retailers hebben het antwoord op die vraag en hebben daar de kern van hun bestaan van gemaakt. Voor 12 uur 's avonds besteld, de volgende dag in huis. Soms nog korter. Ze weten precies welke producten op voorraad zijn, in welke opslag ze staan en hoe snel ze bij de klant kunnen zijn. Alle productinformatie is beschikbaar voor de klant. Als de organisatie op de een of andere manier niet kan leveren, zal het de klant precies vertellen waarom het niet lukt en wanneer zij wel de producten krijgen. Dat moeten ze doen. Ze hebben de belofte gemaakt. Die belofte niet nakomen jaagt klanten weg.

Content is king

De volgende vragen zullen in toenemende mate bepalen wie in de komende jaren bestaansrecht heeft en wie kan groeien of wie het onderspit zal delven en marktaandeel zal verliezen en zelfs ophoudt te bestaan:

- Wie kan informatie in de leveringsketen aanbieden?
- Wie krijgt de gewenste informatie het snelst naar de klant, ongeacht het kanaal?
- Wie is zichtbaar op het onderwerp waar de potentiële klant naar zoekt?
- Wie gaat het meest ver in zorg dragen voor de klant?
- Welke partij is in staat de grote e-tailers als eBay en Amazon te weerstaan?

Een goed product information systeem is als een brein van een octopus die alle tentakels controleert. In de hersenen gaat het maar om twee dingen. Focus op de klant en zijn wensen en maak het hele sales systeem in balans. De digitale octopus onthoudt alle productinformatie en stuurt ze naar het eind van zijn tentakels. Onafhankelijk van de kanaalkeuze van de klant, de informatie die zij te zien krijgen is te vertrouwen, up to date en nauwkeurig.

Noodzaak voor een PIM systeem

Niet iedere organisatie heeft een PIM systeem nodig. PIM is ook niet de oplossing voor alles. Maar als u zich herkent in de volgende scenario's kan een PIM systeem u waarschijnlijk helpen:

Scenario 1

Productinformatie is niet op een centrale plaats gezet, maar wordt beheerd door meerdere afdelingen in verschillende systemen. Sommigen zijn misschien zelfs opgeslagen in het geheugen van de werknemers. De productinformatie onderhouden kost jaarlijks veertien minuten per product, puur omdat zoveel tijd verspild wordt

aan het beheren en distribueren van productinformatie binnen uw organisatie. Tijd is geld. Een slim PIM systeem automatiseert deze tijdrovende klus en ondersteunt uw organisatie en diens processen. Zo kunt u informatie sneller en goedkoper aan uw klant aanbieden.

Scenario 2

Ik kan nooit met zekerheid zeggen dat mijn productinformatie altijd correct is. Ik kan de bron van mijn informatie niet vertrouwen. Een slim PIM systeem communiceert met zowel al uw interne systemen, als de systemen van de klant en leveranciers.

Scenario 3

Mijn klanten willen meer inzicht in het inventaris en eisen verbeterde productinformatie. Ze zullen waarschijnlijk meerdere keren per dag bellen met vragen over de levering, beschikbaarheid of voor sales ondersteuning. De juiste informatie via de correcte kanalen leveren kan dit alles voorkomen. Zo heeft uw klant het voordeel dat hij meer tijd heeft om te concentreren op de 'echte' sales activiteiten.

Eisen aan een PIM systeem

Een PIM systeem moet flexibel zijn en intelligent. Zoals de eerder genoemde octopus. Het zou uw productdata aan uw business partners moeten leveren, een bron voor punctuele en accurate informatie die iedereen nodig heeft.

Het is een software oplossing die elke omnichannel organisatie de juiste tools aanbiedt om gestructureerde productinformatie aan te bieden en te zorgen dat het via de juiste kanalen bij de klant terecht komt. Klanten zullen in staat zijn om handel te drijven waar, hoe en wanneer ze dat willen. Door de omnichannel aanpak zal de klant geen verschillen zien in de informatie die over verschillende kanalen wordt aangeboden. De eerste stap om dit mogelijk te maken, is het aanbieden van de data aan alle kanalen en systemen die de data nodig hebben. Vervolgens is stap twee de integratie

met alle kanalen die uw klanten gebruiken. Een efficiënt product information systeem is van vitaal belang in dit proces en kan beide stappen doorlopen.

Wat zal een PIM systeem automatiseren?

- Verrijk uw ERP product data (master data) met video, tekst en klantgegenereerde content. Stuur productdata naar uw klanten (in detail: na afrekenen van winkelmandje via OCI).
- Het printen van catalogi met klantspecifieke assortimenten op commando. Beheer de gehele lay-out binnen de web-to-print functionaliteit of link data feeds aan uw Adobe Indesign suite.
- Voed alle systemen binnen de organisatie met realtime productdata via de data feeds. Dit garandeert een naadloze omnichannel strategie met accurate informatie op alle kanalen van de klant.

Speerpunten voor PIM implementatie

- Leg datakwaliteit vast als een KPI om het succes van een project vast te stellen.
- Handel conform de standaard voor uw branche (bijvoorbeeld ETIM).
- Of gebruik de Open Catalog Interface (OCI), zoals Sap, Navision, AX.
- Maak eerst een inventaris van uw hoofdleveranciers voor u dataopslag standaardiseert.
- Probeer u voor te stellen hoe u de informatie de komende drie jaar zal gebruiken.
- Gebruik productdata in onderhandeling met de leveranciers (maak het een deel van het product dat ze leveren).
- Gebruik PIM data om de klant te helpen.

Waarom een PIM systeem?

Bron: Beeyond | beeyond.nl

Complete en actuele productdata is belangrijk voor omnichannel succes. Winkeliers die altijd en via alle kanalen volledige en betrouwbare productdata tonen, zijn in het voordeel bij online shoppers. Consumenten verkrijgen zo de correcte informatie, waarmee zij vol vertrouwen kunnen kiezen voor het product dat het beste past bij hun wensen.

Hoe helpt een PIM systeem u hierbij?

Een product information management systeem geeft uw organisatie de mogelijkheid om alle data die te maken heeft met producten centraal op te slaan en te beheren. Dit heeft tot voordeel dat er een 360° view op data verkregen wordt, waardoor er goed gezien kan worden welke informatie er mist. In een flexibel PIM systeem kunnen veel verschillende typen data centraal bewaard en gemuteerd worden, zoals HTML webteksten, afbeeldingen, productvideo's, prijzen en kleuren.

Een PIM systeem is gekoppeld aan andere systemen binnen of buiten uw organisatie, zoals aan het ERP systeem, het content management systeem (CMS) van uw website en wellicht ook het point of sale (POS) systeem van uw fysieke winkel. De data wordt overzichtelijk verzameld en efficiënt beheerd in het PIM systeem en wordt daarna automatisch gedeeld met de omliggende systemen en externe partners. Het PIM systeem is op die manier leidend voor uw andere systemen. U hoeft slechts op één locatie wijzigingen door te voeren. De kans op fouten wordt geminimaliseerd.

Welk PIM systeem past bij uw organisatie?

Een PIM systeem moet passen bij uw organisatie. Het heeft geen zin om te kiezen voor een systeem waarbij er omwegen ingebouwd moeten worden om de data zo weer te geven als u dat wilt. Zorg daarom dat de interne

wensen van te voren geïnventariseerd zijn en bekijk daarna goed of het systeem past bij de wensen.

Het is ook goed om te beseffen dat ERP, CRM en POS systemen afgestemd zijn op hun doel en daardoor begrensde mogelijkheden in het gebruik hebben, waardoor deze geen alternatief voor een PIM systeem zijn. Een flexibel PIM systeem helpt u om tijd te besparen, efficiënt uw data te beheren en uw concurrentiepositie te verbeteren.

Productdata, wie is verantwoordelijk voor wat?

Bron: HP van Hagen | hpvh.nl

Er bestaan geen producten meer zonder data. Die hoeveelheid data wordt steeds groter. Producten dragen allerlei informatie met zich mee: technische data, logistieke data en commerciële productinformatie. Voor een bedrijf van enige omvang, zeker wanneer het zich begeeft op internationale markten, doet zich al snel een probleem voor. Want hoe kan al deze data overzichtelijk worden bewaard, verwerkt en geïnterpreteerd? De oplossing hiervoor heet product information management (PIM).

Wat is product information management?

Product information management wordt ook wel aangeduid als product master data management of product content management. U voert het uit met een informatiesysteem; een PIM systeem. Dit overkoepelende systeem bevat alle productinformatie en is compatibel met zoveel mogelijk verschillende applicaties. Met een centraal PIM systeem beschikken alle kanalen over dezelfde informatie die eenvoudig kan worden toegevoegd en bewerkt. Denk hierbij bijvoorbeeld aan technische documenten, verkoopdocumentatie, promotiemateriaal en productafbeeldingen.

Wanneer gebruik maken van PIM?

Wanneer wordt het voor een bedrijf nodig om een product information management systeem in te zetten? Dit is afhankelijk van de hoeveelheid data die op verschillende niveaus wordt geproduceerd. Hoe meer data vanuit diverse kanalen wordt aangedragen, hoe groter de behoefte wordt om deze stroom centraal te bundelen. Denk hierbij aan de volgende scenario's:

- Het bedrijf maakt een grote hoeveelheid producten.
- Producten dragen veel informatie voor klanten (labels, waarschuwingen, inhoud, ingrediënten, herkomst.)
- Productdata moet in verschillende talen aanwezig zijn.
- Er zijn verschillende interne en externe bronnen voor productdata.
- Het bedrijf maakt gebruik van verscheidene marketingkanalen.
- Er moet rekening worden gehouden met een groot aantal leveranciers.
- Het assortiment is dynamisch (denk aan seizoensgebonden producten, collecties, tijdelijke aanbiedingen of korte samenwerkingen.)
- Verschillende afdelingen zijn verantwoordelijk voor een deel van de productdata.

Eén aspect verdient extra aandacht: de online klant. Steeds meer producten en diensten worden online gekocht en dit wordt alleen maar meer. Ook online marketing wordt hierdoor steeds belangrijker. En diffuser, omdat het online landschap immers uit een groot aantal kanalen bestaat. Potentiële klanten zullen hier niet alleen producten aanschaffen, maar ook vaker intensiever onderzoek doen voordat ze daadwerkelijk overgaan tot een aankoop. Daarnaast produceert de klant steeds meer informatie over aankopen door recensies, verhalen, beeldmateriaal en aanbevelingen te publiceren. Product information management is de oplossing om de veelheid aan informatie die online over producten circuleert te sturen en zowel accuraat als up-to-date te houden. Merkidentiteit kan hierdoor krachtiger worden gepresenteerd.

Voordelen gebruik PIM

Er geldt een aantal specifieke voordelen van het gebruik van een product information management systeem:

Gedeelde verantwoordelijkheid

Een gefragmenteerde manier van omgaan met productdata leidt tot een gebrek aan leiding en overzicht. Wie is verantwoordelijk voor welk aspect van productdata? PIM heeft verschillende mogelijkheden tot zijn beschikking om de workflow te optimaliseren, transparantie te vergroten en de samenwerking tussen bedrijfsonderdelen te verbeteren. Met een goedwerkend PIM systeem kunnen werknemers alle noodzakelijke informatie over producten opvragen die zich op een centrale plek bevindt (de single source of truth) en vervolgens decentraal kan worden gebruikt.

Vermindering van kosten en risico's

De vermindering van kosten en risico's door een succesvolle PIM implementatie kan op veel manieren tot stand komen. Een groot aantal processen, of deze nu intern of door leveranciers worden aangestuurd, kan met een PIM systeem worden geautomatiseerd. Werknemers kunnen zich hierdoor meer bezighouden met het toepassen van productdata in plaats van het te verwerken of bewerken. Dit zorgt voor plezieriger werk, een afname van fouten en een verhoogde productiviteit.

Grotere flexibiliteit en voorspelbaarheid

PIM zorgt ervoor dat de gefragmenteerde productdata van de bedrijfsvoering in een overkoepelend systeem wordt opgenomen. Dit systeem is zeer flexibel, waardoor benodigde componenten en applicaties snel en zonder problemen kunnen worden toegevoegd. Het complete traject van productdata zal hierdoor ook minder onvoorspelbaar worden.

Verbeterde kwaliteit van de data

In een bedrijfsomgeving staat goede data gelijk aan gestandaardiseerde en heldere data. Hierdoor kan het direct worden gebruikt in externe kanalen. Men kan de kwaliteit van

productdata hoog houden door gebruik te maken van een gebruikersvriendelijke interface en de kwaliteitscontrole te automatiseren. Een hoge kwaliteit van productdata is tegenwoordig essentieel, omdat de informatie vaak direct zichtbaar is voor klanten in een online omgeving.

Verschil tussen PIM en MDM

Bron: HP van Hagen | hpvh.nl

Het huidige bedrijfsleven leunt op technologie. Databeheer, uitwisseling van gegevens en het vergaren van informatie is niet meer weg te denken uit de moderne bedrijfsvoering. In een sneltreinvaart heeft de technologie zich ontwikkeld om diverse bedrijfsprocessen te vergemakkelijken en om eenheid te creëren binnen de infrastructuur van organisaties. Dat dit op diverse manieren mogelijk is, moge duidelijk zijn. Twee van die mogelijkheden zijn PIM (product information management) en MDM (master data management).

PIM en MDM worden veelvuldig toegepast om data binnen organisaties te bundelen. Beide vergemakkelijken het bedrijfsproces en het structureren van productdata. Maar vraag iemand naar de verschillen en er verschijnt een groot vraagteken. Toch zijn deze er wel degelijk.



Begin van het digitale productdatabeheer

In de jaren 90 van de vorige eeuw nam digitalisering en het gebruik van internet een vogelvlucht. Er ontstond daardoor vanuit organisaties een dringende behoefte aan bundeling van productinformatie voor webcatalogi, gedrukte prints, etc. Productgegevens moesten snel en eenvoudig gedeeld kunnen worden. Product information management was geboren en werd in eerste instantie hoofdzakelijk door marketeers en productmanagers gebruikt. Het was dan ook vooral een marketingapplicatie, die ook tegenwoordig nog veelvuldig gebruikt wordt.

PIM nu

Het doel van product information management is om een specifiek zakelijk doel te bereiken: om een multichannel marketingstrategie te voeden vanuit één bron. Of soms enkel om een e-commerce website te voeden met rijke productinformatie, om klanten in staat te stellen om de producten te vinden door middel van geavanceerde filtering en zoekfunctionaliteit. Ook het aanbieden van up-sell- en cross-sell producten, productdocumentatie of trainingvideo's is eenvoudig te realiseren door middel van product information management. PIM werd en wordt voornamelijk gebruikt in de detailhandel, B2C omgevingen en distributeur B2B of B2C-omgevingen. Ofwel, binnen organisaties die zich primair bezighouden met de verkoop van producten en niet met het ontwerp en de productie van deze producten.

Ontstaan van MDM

Niet alleen de afdeling marketing had haar eigen gegevensbeheer, ook diverse andere afdelingen binnen de organisatie. De financiële afdeling, de productieafdeling en het management, er circuleerde een diversiteit aan productinformatie door de gangen van organisaties. Er waren diverse stand-alone applicaties op verschillende afdelingen. Daar ging het vaak mis. Productinformatie binnen de afdelingen week van elkaar af. Er ontstond wildgroei en interne productdata was onvolledig en niet gestructureerd. Productinformatie en gegevens waren slechts losjes en in brokjes geïntegreerd in de IT infrastructuur van de organisatie.

MDM was voor de IT afdelingen dé oplossing om dit probleem op te lossen. Elk product had zijn eigen regels en kenmerken, die binnen de hele organisatie en elke afdeling zichtbaar waren. Geen losse eindjes en verschil in informatie, maar vaststaande productinfo, attributen, etc. Het is een cross-organisatorische inspanning om gegevens te verzamelen, te beheren en te distribueren op de meest efficiënte manier. Alles rondom één product werd gebundeld in door de IT aangemaakte regels en geïntegreerd binnen de volledige organisatie. MDM knoopt de losse eindjes aan elkaar. Dat voorkomt scheefgroei in voorraden, productspecificaties, verkoopcijfers, etc.

Product MDM wordt voornamelijk gebruikt door fabrikanten van goederen die op zoek zijn naar standaardisatie om wereldwijde processen, rapportages en analyses te ondersteunen. Niet alleen productdata is voorhanden, maar ook informatie omtrent klanten, leveranciers, plaatsen, etc. Met MDM hebben organisaties volledige controle op het back-end. Eenmaal goed opgezet, is het met MDM veel gemakkelijker om op lange termijn diverse nieuwe zakelijke mogelijkheden op te zetten en uit te voeren. Iedere afdeling heeft toegang tot dezelfde productdata. Eindelijk eenheid binnen het databeheer!

Verschillen tussen PIM en MDM op een rij gezet

PIM was en is hoofdzakelijk een applicatie opgezet door en voor marketeers, terwijl MDM wordt ingezet door de IT-ers binnen een organisatie. Organisatiebreed wordt PIM meer gebruikt door de detailhandel en verkopers van producten en MDM door de fabrikanten ervan.

Bij PIM draait het vooral om het snel ophalen van productdata voor een specifiek doel. Bij MDM draait het om organisatiebrede synchronisatie van data. Ook is bij MDM de diversiteit van de data groter. Er kan meer informatie worden opgehaald die geïntegreerd wordt binnen de gehele organisatie. MDM is geen vervanger van PIM. Ze kunnen prima naast elkaar functioneren en elkaar aanvullen. Digitalisering zal aan sterke verandering

onderhevig blijven en het eerste succes wordt geboekt door het juist beheren van de interne informatiestroom. Daarin spelen beide een rol.

Het kiezen van een PIM systeem (1)

Het beheren van goede en uitgebreide productinformatie wordt voor veel bedrijven steeds belangrijker. De hoeveelheid informatie groeit, het aantal producten neemt toe, de producten worden in meerdere landen verkocht en ook wet- en regelgeving stellen eisen aan de productinformatie. Het inzetten van een product information management (PIM) systeem is steeds vaker een strategische keuze.

De vraag waarom het ene PIM systeem zoveel duurder is dan het andere, wordt veel gesteld. Feit is dat er grote verschillen tussen de PIM systemen bestaan. Deze betreffen de onderliggende techniek, de aanwezige functionaliteit en de organisatiestructuur van de leverancier. Dit artikel beschrijft de verschillen tussen PIM systemen.

Drie soorten PIM oplossingen

Enterprise PIM

Er zijn PIM leveranciers die al jaren in de markt actief zijn en zijn vaak voortgekomen uit de printwereld en in mindere mate uit de e-commerce wereld. Zij leveren vaak ver doorontwikkelde producten met veel functionaliteit, al dan niet ondergebracht in (los aan te schaffen) modules. Door hun jarenlange ervaring hebben deze PIM leveranciers vaak als voordelen dat zij wereldwijde support kennen en stabiel zijn. Operationele risico's worden hierdoor tot een minimum beperkt.

New players

In de afgelopen jaren zijn er naast deze langer bestaande leveranciers nieuwe aanbieders en oplossingen gekomen. Op basis van nieuwe ontwikkeltechnieken zijn PIM systemen geïntroduceerd

die met name goed inspelen op de nog steeds groeiende e-commerce markt. Vaak betreft het kleinere bedrijven (rond de 50 personen) die vanuit een specifieke branche PIM producten ontwikkeld hebben en deze als generiek product in de markt zetten. De functionaliteit is vaak iets beperkter dan de grote PIM systemen en dan met name in de mogelijkheid om geautomatiseerd product informatie in het systeem te laden. Hiervoor moet veelal additionele software ingezet worden.

Open Source

De derde groep bestaat uit open source PIM systemen. De open source oplossingen die in de markt aanwezig zijn, bieden doorgaans beperktere functionaliteit. Een eigenschap van open source is dat gebruikers (de community) meehelpt om een product verder te ontwikkelen. Indien er geen goedgeleide organisatie achter zit, is het bedrijfsmatige risico groot. Een PIM systeem is binnen een bedrijf vaak een bedrijfskritische applicatie.

Hoe kiest u een PIM systeem?

Op basis van het bovenstaande is zeker een afweging te maken welk bedrijfsmatig risico afgedekt kan worden, maar zeker nog niet welk PIM systeem geschikt is voor uw organisatie. Om dit te kunnen bepalen moet u meerdere factoren in overweging nemen. Bepalend is de gewenste functionaliteit van het PIM systeem. Belangrijke vragen hierbij zijn:

- Wat zijn de plannen met e-commerce?
- Worden er meerdere websites ondersteund vanuit één productdatabase?
- Wordt de e-commerce site in meerdere talen uitgevoerd?
- Wordt er veel gebruik gemaakt van geprinte catalogi?
- Hoeveel leveranciers moeten aangesloten worden op het PIM systeem?

- Moeten de leveranciers zelf data kunnen bijhouden in het PIM systeem?

Het maken van een goede keuze is lastig, omdat u met veel factoren rekening moet houden. Bovendien is de te maken keuze strategisch binnen uw organisatie. Het inrichten van een PIM systeem kost namelijk minstens zoveel als de gebruikskosten. Processen in uw organisatie zullen op het werken met de PIM systeem afgestemd moeten worden. Nog belangrijker is dat uw klanten uiteindelijk het voordeel zullen moeten ervaren door het beschikbaar krijgen van de juiste artikelinformatie. Als u zelf niet de juiste expertise in huis heeft, loont het om een specialist in te schakelen die u met het selectie- en implementatietraject kan helpen.

Het kiezen van een PIM systeem (2)

Bron: Beeyond | beeyond.nl

Belangrijk bij de keuze van een product information management (PIM) systeem is het antwoord op de vraag waar de productdata opgeslagen moet worden. Het is mogelijk om te kiezen voor opslag op een eigen server. Deze is direct toegankelijk en u hebt het gevoel dat u de controle over de data behoudt. Bij deze keuze moet rekening gehouden worden met hoge aanschaf- en onderhoudskosten.

Een andere mogelijkheid is een cloudoplossing. Deze manier van dataopslag wordt steeds gebruikelijker en dat is logisch, gezien het feit dat dit ervoor zorgt dat u altijd en overal ter wereld toegang kunt verkrijgen tot de productdata. Informatie is snel en makkelijk te delen en de locatie is schaalbaar. De kosten hiervoor zijn lager dan opslag op een eigen server en zijn inbegrepen in het abonnement dat u met de cloudprovider afsluit.



Investerings en mogelijkheden

Let voor aanschaf goed op de kosten van de verschillende systemen. Zit u vast aan een hoge eenmalige investering voor aanschaf? Komen er nog kosten bij voor aanschaf van servers of andere systemen? U kunt ook kiezen voor een PIM systeem waarbij dat niet het geval is. Daarbij is het belangrijk om te kijken naar de mogelijkheden die het systeem biedt qua inrichting. Is het mogelijk om dit zelf te verzorgen of dient er altijd een externe consultant ingehuurd te worden? En hoe gaat het op het moment dat er nieuwe wensen ontstaan? Zorg ervoor dat dit vooraf helder is, zodat er later geen onverwachte uitgaven ontstaan.

PIM systeem dat past bij uw organisatie

Een product information management systeem moet passen bij uw organisatie. Het heeft geen zin om te kiezen voor een systeem waarbij er omwegen ingebouwd moeten worden om de data zo weer te geven als u dat wilt. Zorg daarom dat de interne wensen van tevoren geïnventariseerd zijn en bekijk daarna goed of het systeem past bij de wensen. Het is ook belangrijk om te beseffen dat ERP en POS systemen afgestemd zijn op hun doel en daardoor begrensde mogelijkheden in het gebruik hebben, waardoor deze geen alternatief voor een PIM systeem zijn. Een flexibel product information management systeem helpt u om tijd te besparen en efficiënt data te beheren.

Voordelen van een product information management systeem

- Alle productdata staat centraal en is bereikbaar voor elke bevoegde gebruiker.
- Structuur in de data en een 360° view op data.
- Databeheer zonder veel inspanning en verminderde datarisico's.
- Verbetert uw concurrentiepositie en verkort de verkoopcyclus.
- Efficiënt data delen met interne en externe partners.

Het kiezen van een PIM systeem (3)

Bron: HP van Hagen | hvvh.nl

Product information management (PIM) biedt oplossingen voor een groot aantal uitdagingen. De keten van productie, levering, marketing en verkoop kent steeds vaker een internationaal karakter. Dit resulteert in een explosieve groei van productdata die efficiënt door verschillende partijen verwerkt en beheerd moet worden. Een product information management systeem is software die hier een oplossing voor biedt. Lees hier hoe u het voor u juiste PIM systeem kiest.

Koste van een PIM systeem

De aanschaf van een PIM systeem vereist een goede voorbereiding. PIM systemen zijn complex en kunnen diep ingrijpen op de bedrijfsvoering. Men doet bovendien een investering voor de lange termijn. De verkeerde keuze van een systeem kan zeer negatieve gevolgen hebben, helemaal als er een grote investering is gedaan. Hoe groot is die investering? De prijzen voor een PIM systeem lopen zeer uiteen. Er bestaan gratis open source pakketten. Wie over een degelijke ICT afdeling beschikt, kan dit soort pakketten inzetten en compleet finetunen naar de wensen van de organisatie. Door dit proces van personaliseren is het echter mogelijk dat software-updates soms niet meer werken, waardoor men altijd zelf verbeteringen moet aandragen. Dit kan op de lange termijn een tijdrovende taak vormen, met bijbehorende kosten. Die zijn vooraf moeilijk in te schatten. Er bestaan PIM systemen voor kleine bedrijven die verkrijgbaar zijn vanaf ongeveer €20.000.

Gerennommeerde systemen van grote spelers kunnen meer dan €500.000 kosten. Zelfs meer dan een miljoen euro komt voor. Deze bedragen laten weinig ruimte voor een verkeerde keuze. Uiteraard zijn er ook cloud PIM oplossingen. Hierbij vervallen de hoge initiële kosten, want u koopt de

software niet. In plaats daarvan betaalt u maandelijks voor het gebruik van het systeem.

Aspecten om in de gaten te houden

Er zijn veel PIM systemen op de markt die verschillen qua mogelijkheden. Men moet dus een match zien te vinden tussen de wensen van het bedrijf en de mogelijkheden van het softwaresysteem. Start met een analyse, inventariseer de bestaande bronnen en bepaal welke doelsystemen en/of klanten bediend moeten worden. Geef antwoord op vragen als:

- Wie is de eigenaar van welke groepen attributen?
- Welke ambities heeft uw bedrijf?
- Ambieert u groei?
- Wilt u internationaal gaan opereren?
- Bent u geïnteresseerd in de verkoop over meerdere kanalen?

Dit soort vragen houden een schaalvergroting in die een grotere stroom van productdata zal opleveren. Hoe meer afhankelijk men is van het nieuwe systeem (denk aan het aantal gebruikers, nieuwe rollen en processen), hoe complexer het zal zijn en des te hoger de kosten.

Volg een beslissingstraject

Al deze factoren kunnen overweldigend zijn. De keuze voor een PIM systeem vergt tijd en structuur en helpt dan om overzicht te creëren. Een manier om overzicht te krijgen is door een beslissingstraject te volgen. Hier kan men een aantal zaken in verwerken:

Vorm een team om de beslissing te maken

PIM systemen zijn te complex om de keuze aan een individu over te laten. Stel een klein team samen met de belangrijkste stakeholders. Daar horen zeker iemand van de ICT afdeling en een aantal gebruikers bij. U kunt overwegen om een PIM specialist te vragen

om mee te doen. Op deze manier verkleint u de kans op ondoordachte beslissingen, waarbij een belangrijk aspect over het hoofd is gezien.

Maak een wensenlijst

Probeer duidelijk te krijgen wat het systeem moet kunnen. Bij voorkeur kan men hierbij aangegeven of een functie verplicht is of gewoon handig om er bij te hebben. Functies zijn belangrijk, maar vergeet niet te kijken naar klanttevredenheid, gebruiksvriendelijkheid, aanpasbaarheid van het systeem, mate van support en of er een Nederlandstalige versie bestaat.

Doe onderzoek naar de softwareleverancier.

Omdat de keuze voor een PIM systeem ingrijpend en voor de lange termijn is, moet u ook kijken naar de leverancier van het systeem. Is deze financieel gezond? Softwarebedrijven zijn gevoelig voor overnames, is dit hier ook het geval? Voorkom dat uw bedrijf met een systeem komt te zitten waar geen support meer voor is.

Probeer kosten te vergelijken.

Kosten van een PIM systeem zijn niet uniform. Een eerlijke vergelijking van de kosten houdt rekening met de kosten over een lange tijdsperiode van zeker vijf jaar (niet alleen out-of-the-box maar ook de kosten van modules, implementatie en updates.)

Verklein de mogelijke keuze snel tot drie á vijf systemen.

De focus die dit geeft, zorgt ervoor dat men zich beter op details kan concentreren.

Ga niet alleen af op verkooppraatjes.

Wanneer men vraagt naar de mogelijkheden van een PIM systeem zal de verkoper waarschijnlijk vertellen dat hun systeem aan alle eisen voldoet. Laat dit bewijzen met een demonstratie. Alleen op

deze manier komt u er achter of de onmisbare functies echt aanwezig zijn en werken zoals u wenst.

Zoek ervaringen

Met de bovengenoemde overwegingen zal men eenvoudiger de juiste keuze maken voor een goed passend PIM systeem. Bedenk dat u niet het eerste bedrijf bent dat PIM wil inzetten. Dit betekent dat er al veel ervaringen zijn. Maak hier gebruik van, bijvoorbeeld door met bedrijven te praten die de PIM systemen gebruiken die u overweegt aan te schaffen. Vraag daarbij naar de ervaringen met de implementatiepartners en wat er tijdens het proces goed en mis ging. Voordat u overgaat tot een definitieve keuze, is het handig om te vragen of u op een klantendag van de PIM leverancier mag langskomen. Hier hoort u over de echte issues die er spelen, de mogelijke roadmap en kunt u iedereen vragen naar hun ervaringen.

Waarmee kunnen wij u helpen?

Laat ons weten wat u zoekt. Wij helpen u graag.

Zoekt u meer informatie over dit onderwerp?

Bezoek dan de sectie over dit thema op de website ICTinformatiecentrum.nl en vind daar alle informatie die gratis voor u beschikbaar is.

Zoekt u meer informatie over bedrijfssoftware?

Gaat u een selectietraject van bedrijfssoftware starten, vraag dan via ICTinformatiecentrum.nl de bijbehorende box aan met alle informatie over selectie, implementatie, het aansturen van het project, oplossingen, enz.

Zoekt u een oplossing, adviseur of leverancier?

Bel, mail of chat dan even met ons. Dat is de snelste weg. Omschrijf voor welk IT vraagstuk u een oplossing zoekt en wij gaan voor u aan de slag.

Wilt u op de hoogte blijven van nieuws en ontwikkelingen?

De ICT nieuwsbrief informeert u en 13.000 andere ICT beslissers en belangstellenden iedere twee weken over de meest relevante ontwikkelingen. Informatie, inspiratie, eyeopeners en noodzakelijke kennis.

Zoekt u iets anders?

Onze websites spreken voor zich. Bezoek ICTinformatiecentrum.nl om uw weg te vinden in alle thema's waarover wij informatie hebben. En als we u kunnen helpen, doen we dat graag. Bel of mail ons gerust!

ICT informatiecentrum, Houten | T 085 40 10 218 | info@ictinformatiecentrum.nl



Kennispartners

De inhoud van dit boekje is tot stand gekomen met medewerking van de onderstaande kennispartners. Heeft u een vraag aan hen of over het thema van hun bijdrage, neemt u dan gerust contact met ze op.

HP van Hagen

Matissehof 75 | 1628 XS Hoorn

mail@hpvh.nl | hpvh.nl

Youwe

Aert van Nesstraat 45 | 3012 CA Rotterdam

T +31 (0)10 466 86 38 | samen@youwe.nl | youweagency.nl

Beeyond

Schoutlaan 21 | 6002 EA Weert

T +31 (0)49 546 22 22 | info@beeyond.nl | beeyond.nl
