

The background of the entire image is a soft, light pink. It is decorated with various macarons in shades of pink, red, and light green. Some macarons are in sharp focus, while others are blurred in the foreground and background. Interspersed among the macarons are fresh raspberries and small, delicate chocolate shavings, creating a sweet and elegant aesthetic.

CRASMAN

MARKKINOIDEN MAKEIN

PIM-OPAS

Intro

Tässä markkinoiden makeimmassa PIM-oppaassa makustellaan, mitä tuotetiedonhallinta on ja milloin sitä tarvitaan. Sen jälkeen pureskellaan läpi käyttöönottoprojektin vaiheet ja avataan, miten tehty työ saadaan kantamaan hedelmää.

01

Jos PIMin käyttöönotto on vielä pähkinä purtavaksi tai mietit, mitä sillä tarkoitetaan, lue ensimmäinen osa. Siinä kerrotaan, mitä hyötyä PIMistä on ja millaisia haasteita sen avulla taklataan.

02

Jos olette jo päätyneet PIM-järjestelmän hankkimiseen, hyppää suoraan osaan kaksi, jossa kerrotaan, kuinka PIMin käyttöönottoprojektiin kannattaa valmistautua, mitä resursseja se vaatii ja kuinka prosessi etenee.

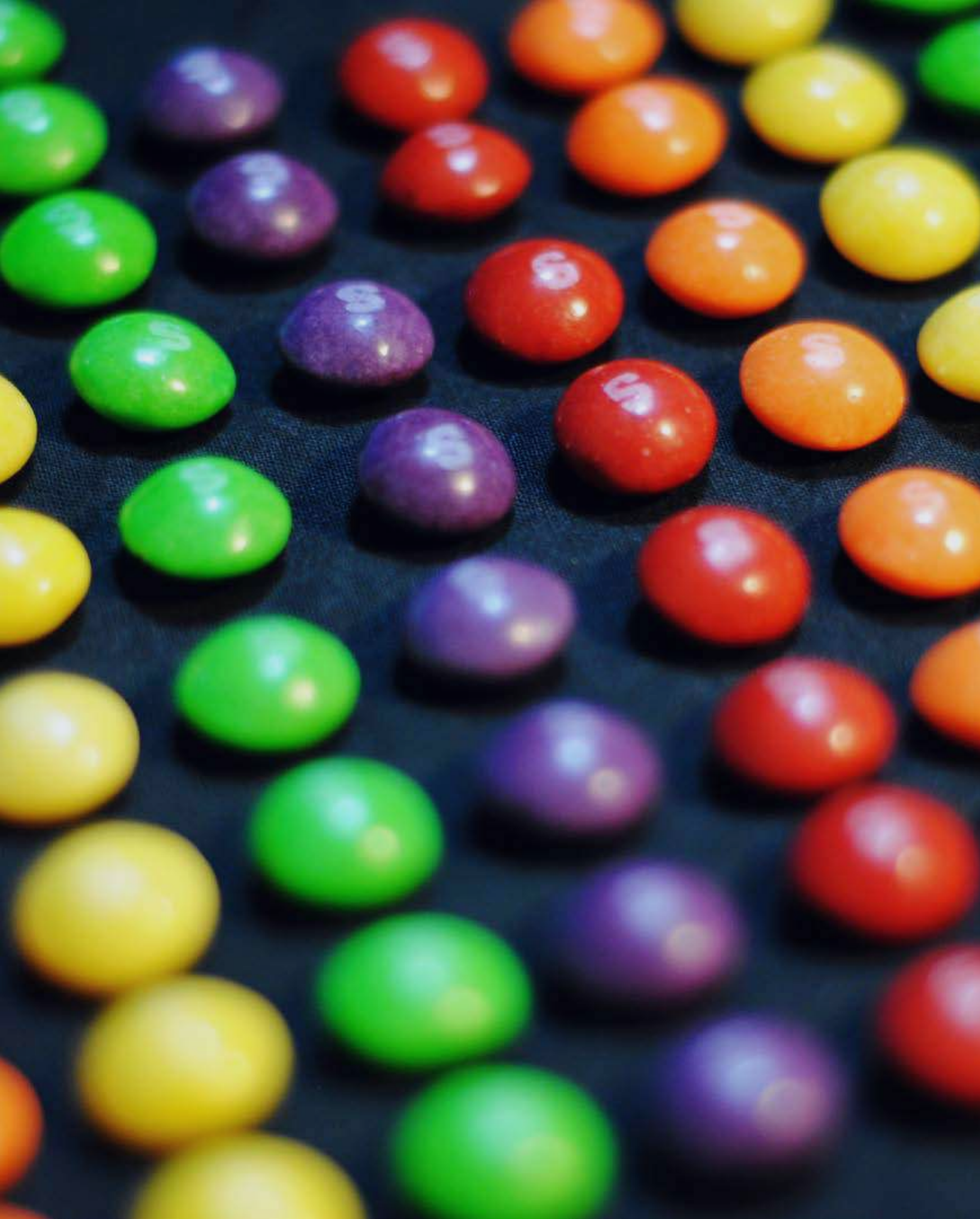
03

Kolmannessa osassa käydään läpi, mitä mahdollisuuksia PIM tarjoaa ja miten voit varmistaa, että käyttöönotto onnistuu ja kaikki potentiaali tulee hyödynnetyksi.

01

Mikä on ”PIM” ja mihin
tuotetiedonhallintaa oikein
tarvitaan?





PIM (*Product Information Management*) on tuotetiedon rikastamiseen ja jakeluun tarkoitettu järjestelmä. Se kerää saatavilla olevista lähteistä tuotetiedot ja toimii yrityksesi kaikkien tuotteiden kotina mahdollistaen tiedon jakamisen läpi koko organisaation. Samalla riski tuotetietojen katoamisesta tai virheellisyydestä pienenee merkittävästi.

PIMissä tuotteet luokitellaan, lokalisoidaan ja viilataan myyntikuntoon, minkä jälkeen rikas tuotetieto ui kaikkiin haluttuihin jakelukanaviin, kuten verkkokauppaan, markkinointikanaviin, jälleenmyyjille ja erilaisille kauppapaikoille.

Menestystä tukevassa PIM-ratkaisussa tuotteiden ja tuotetietojen organisointi ja prosessointi on tehokasta. Tietoja on helppo jakaa järjestelmien välillä ja relevantti tuoteportfolio ja -tieto on aina helposti saatavilla kaikkialla organisaatiossa.

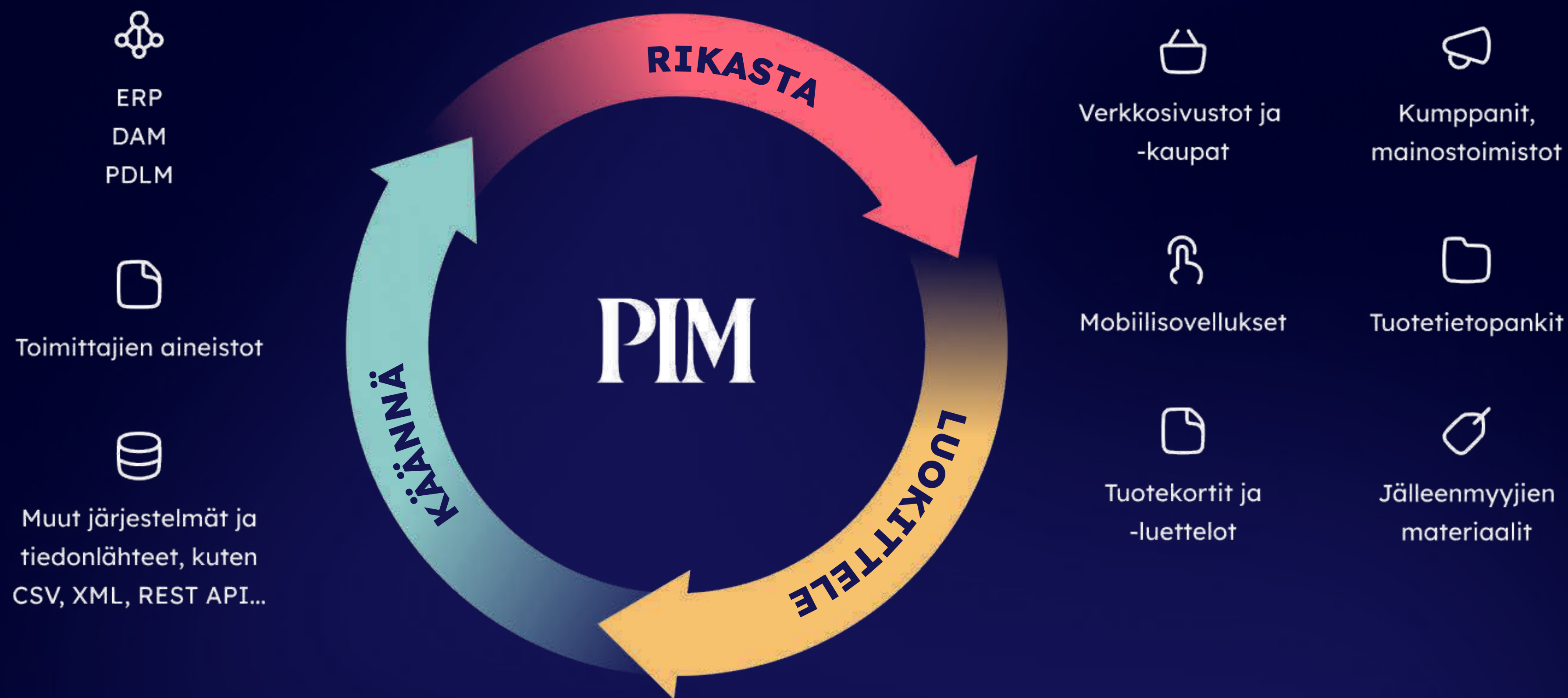
Tuotteiden perustiedot tuodaan tyypillisesti esimerkiksi ERP-järjestelmästä. Muita tiedonlähteitä voivat olla muun muassa PLM-järjestelmä, XML-, CSV- ja XLSX-tiedostot, aineistopankit, erilaiset REST-räjäpinnat ja toimittajien materiaalit.

PIMissä tuotteet luokitellaan kategorioihin ja liitetään tuoteperheisiin, joista ne saavat juuri niille kuuluvat attribuutit. PIMissä voidaan hallita useita tuotehierarkioita. Esimerkiksi verkkokaupalla voi olla oma hierarkiansa, tuoteluettelolla toinen.

Tuotteiden ja tuotetiedon julkaisu voidaan automatisoida kanavakohtaisesti, ja varmistaa ettei tuotetta julkaista, jos sille asetetut tuotetiedon minimivaatimukset eivät täyty. Samalla voidaan varmistaa, että tuotetieto on kunkin kanavan vaatimassa muodossa.

Milloin ERP ei riitä: ERP:ssä tai PDM- ja PLM-järjestelmissä hallitaan tyypillisesti tuotteen raakadataa ja teknisiä tietoja. Niissä on harvoin työkaluja tuotteiden luokitteluun ja kategorisointiin myynnin tarpeisiin, tehokkaaseen kieliversiointiin, markkinointikuvien ja -dokumenttien tai rikkaan tuotedatan ja kanavakohtaisen tiedon hallintaan.

PIMissä voidaan ylläpitää standardoitua tuotetietomallia, ja se on koti kaikelle markkinoinnilliselle tuotetiedolle, esimerkiksi rikastaville teksteille ja kuville, sertifikaateille ja symboleille sekä ympäristömerkinnöille. PIMin kautta rikastetut tuotteet viedään kaikkiin haluttuihin kanaviin.



KERÄÄ — RIKASTA — JULKAISE →

”PIM on mahdollistanut meillä verkkokaupan, joka on mahdollistanut tilausten käsittelyn automatisoinnin, mikä taas on ollut kasvaneiden tilausmäärien myötä elinehto. Muuten olisi pitänyt palkata lisää työntekijöitä vain syöttämään tilauksia järjestelmään.”

TEA HAARANEN

HR and Marketing Specialist, Norex Selected Brands Oy

Miksi PIM?

Maukkaita syitä ottaa
PIM käyttöön:

- Tuotenimikkeitä on paljon
- Valikoima päivittyy usein
- Tuotetieto on hajallaan
- Tuotetiedot eivät ole ajantasalla
- Muut järjestelmät eivät tarjoa kotia myynnilliselle tuotetiedolle
- Tuotetieto on monikielistä
- Kansainväliset ja laajentuvat markkinat
- Tuotetiedon rikastaminen on työlästä
- Tuotetietoja hyödynnetään useissa eri kanavissa

**Tuotetiedon laatu ja ajantasaisuus
voidaan varmistaa keräämällä kaikki
tieto yhteen järjestelmään.**

HYÖDYT LIIKETOIMINNALLE

Kannattaako PIM?

Selvittääksesi investoinnin kannattavuutta, pohdi ainakin seuraavia asioita:



1

Kuinka usein tulee uutuuksia ja tuotepäivityksiä?

2

Kuinka monella kielellä tuotetietoa halutaan julkaista nyt ja tulevaisuudessa?

3

Kenelle tuotetietoa jaetaan? Mieti myös, miten tietoa jaetaan sisäisesti sekä kumppaneille.

4

Missä muodoissa ja järjestelmissä tuotetieto on? Löytyykö se exceleistä tai toimittajien sähköposteista?

ROI

– paljonko PIMin
käyttö laskee
kustannuksia?

Kun investoinnin kannattavuuden perustiedot on selvitetty, kartoita seuraavaksi tämänhetkiset kustannukset. Käytä konkreettisia mittareita, jotta voit arvioida PIMin tuomia säästöjä myöhemmin.

Arvioi nykyisiä kustannuksia ja PIMin tuomia hyötyjä näiden kysymysten avulla:

TUOTETIEDON YLLÄPITO:

- Kuinka moni ihminen tuotetietoa käsittelee ja miten suurella työpanoksella?
- Kuinka moneen eri järjestelmään tuotetietoa viedään käsin?
- Kuinka paljon aikaa kuluu tuotteen perustamiseen kanavaa kohti?
Paljonko tuotevariaatioiden luominen vie (koot, värit, jne.)
- Kuinka nopeasti uusi tuote saadaan markkinoille kaikkiin kanaviin? Mitä viive maksaa?

VIRHEEN KORJAUS:

- Miten nopeasti virheellinen tieto saadaan korjattua eri julkaisukanavissa (verkkokauppa, tuoteluettelo, jne.) ja paljonko viive aiheuttaa lisäkustannuksia esimerkiksi asiakaspalautuksina?

SEO-NÄKYVYYS:

- Käytättekö toimittajien tarjoamia tuotetietoja, jolloin hakukoneoptimointi ei toimi?

VARASTON KIERTO:

- Miten tehokkaasti poistomyynti hoituu? Minkälaisia kustannuksia varastoon jääneet tuotteet aiheuttavat vuositasolla?

KIELIVERSIOINTI:

- Missä ja miten käännökset tehdään? Kuinka käännösten päivitys ja tarkistus tehdään, ja mitä kustannuksia niistä syntyy? Laske aika ja resurssit erilaisten pdf- ja printtimateriaalien kääntämiseen.

PIMin hyötyjä Akeneon tutkimuksen pohjalta

50%

TYÖNTEKIJÖIDEN
TUOTTAVUUS PARANEE

80%

TUOTTEIDEN TIME-TO-MARKET
NOPEUTUU

+3%

KASVU
KONVERSIOSSA

40%

VÄHEMMÄN
ASIAKASPALAUTUKSIA



akeneo.com/white-paper/6-ways-akeneo-pim-delivers-unbeatable-roi



↑
50%
+

Työntekijöiden tuottavuus voi parantua jopa 50%

Oheisten kaavojen avulla voit laskea syntyviä kustannussäästöjä.

ILMAN PIMIÄ:

Työntekijöiden määrä • Vuosipalkka • (0,1 • Rikastamiseen kuluva %-aika)

PIM KÄYTÖSSÄ:

Työntekijöiden määrä • Vuosipalkka • ($\frac{0,1 \cdot \text{Rikastamiseen kuluva } \%-aika}{2}$)

Esimerkin pohjalta voidaan laskea, että jos tuotteita rikastaa 5 henkilöä, joista jokainen käyttää tähän työhön n. puolet ajastaan vuosipalkalla 40 000 €, on vuosisäästö 50 000 €.

Time-to-market -aika nopeutuu PIMin avulla jopa 80%

Yksinkertaisin tapa arvioida, paljonko tuotteiden saaminen markkinoille (time-to-market) maksaa yritykselle, on laskea vuosittain julkaisemiesi tuotteiden määrä ja keskimääräinen tuotto. Laske paljonko lisätuottoja voisit saavuttaa:

LISÄMYYNNTI PER SKU:

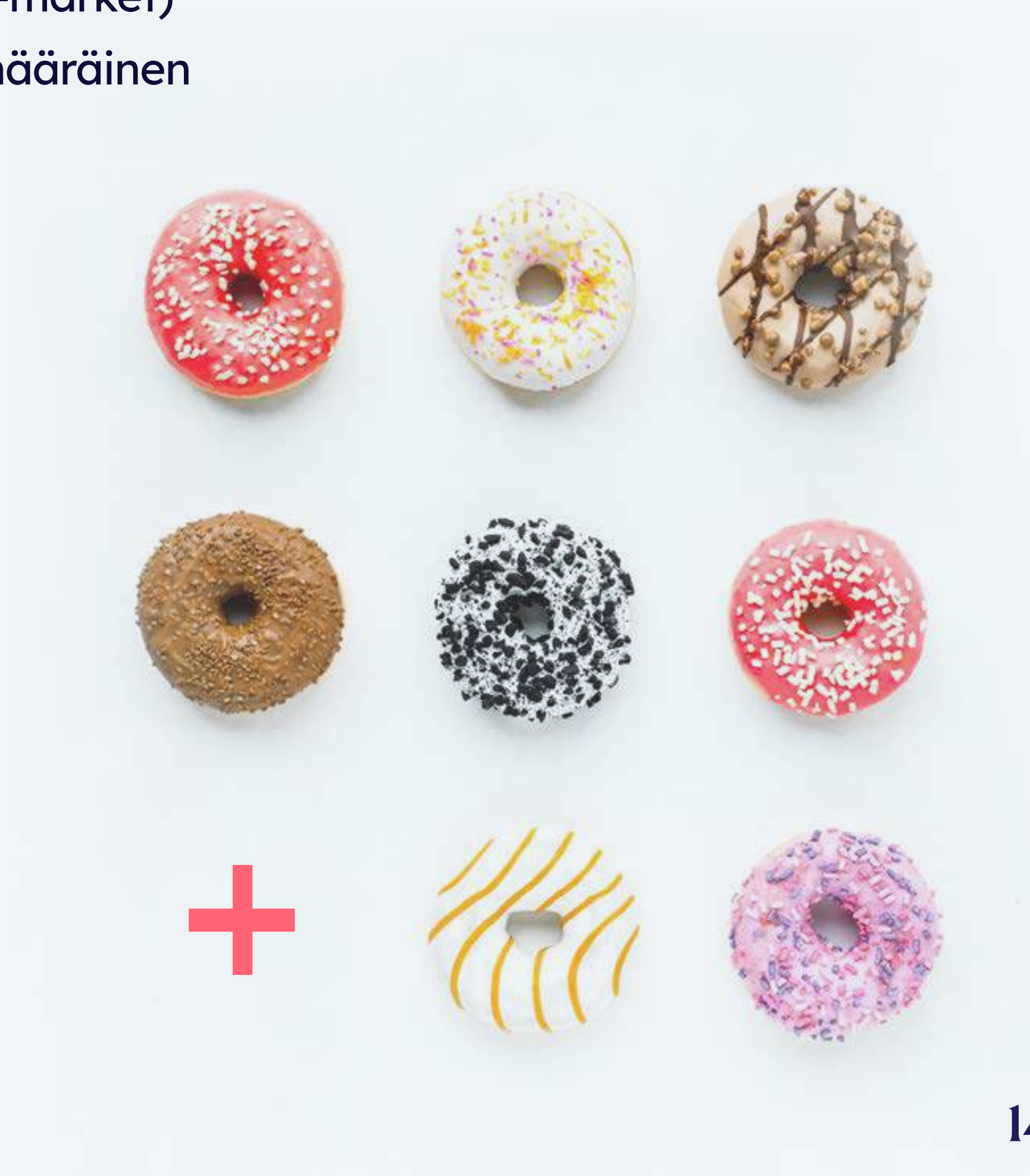
$$\text{Uusi vuosittainen tuotto} = \frac{(\text{SKU määrä vuodessa} + \text{Uudet SKU:t vuodessa})}{\text{Aiempi tuotto vuodessa €}}$$

PÄIVÄKOHTAINEN TUOTTO PER SKU:

$$\text{Tuotto per SKU per pv} = \frac{(\text{Uusi vuosittainen tuotto} - \text{Aiempi tuotto vuodessa €})}{365}$$

Jos time-to-market per tuote on aiemmin ollut esim 6 viikkoa (42 päivää), voidaan se puolittaa PIMin avulla, ja uudeksi ajaksi saadaan 21.

$$\text{Tuoton kasvu} = \text{Tuotto per SKU per pv} \cdot 21$$



Myyntikonversio jopa nelinkertaiseksi

PIM nostaa konversioprosenttia jopa 3%.

Laske paljonko voit kasvattaa myyntiä:

ILMAN PIMIÄ:

$$\text{Istunnot} \cdot \left(\frac{\text{Konversio \%}}{100} \right) \cdot \text{Tilauksen arvo}$$

PIM:

$$\text{Istunnot} \cdot \left(\frac{\text{Konversio \%} \cdot 1,03}{100} \right) \cdot \text{Tilauksen arvo}$$

Laskukaavan perusteella yritys, jolla on konversioprosentti 2 ja 10 miljoonaa istuntoa vuodessa, voi saada lisämyyntiä 150 000€ vuodessa keskimääräisen tilauksen arvon ollessa 25€.



Tuotepalautusten määrä vähenee jopa 40%

Laske, kuinka paljon kustannuksia syntyy yhden tuotteen palautuksesta ja selvitä, kuinka paljon voit säästää:

ILMAN PIMIÄ:

$$\text{Tilauksia vuodessa} \cdot \left(\frac{\text{Palautus-\%}}{100} \right) \cdot \text{Yhden palautuksen kustannukset}$$

PIM:

$$\left(\frac{\text{Palautus-\%}}{100} \right) \cdot \text{Tilauksia vuodessa} \cdot \left(\frac{\text{Palautus-\%}}{100} \right) \cdot 0,6 \cdot \text{Yhden palautuksen kustannukset}$$

Esimerkiksi jos yrityksellä on 200 000 tilausta vuodessa, ja niistä palautuu 20%, ja jokaisesta tulee 25€ kustannukset, on säästö 320 000€ vuodessa.

-40%



Tarvitsenko siis PIMin?

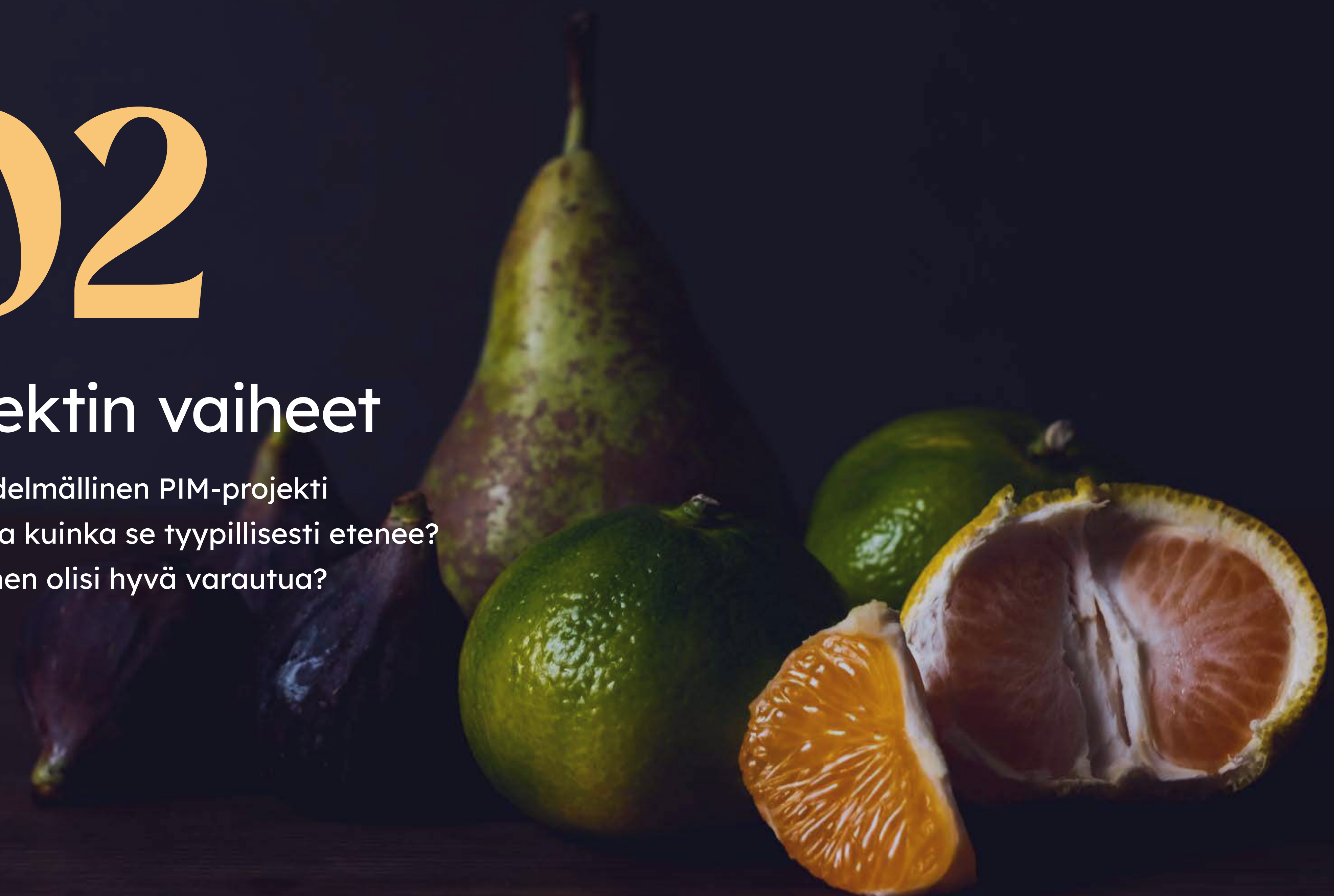
Jos yksikin seuraavista kohdista toteutuu, PIM tehostaa yrityksesi työtehoa, parantaa palvelua, nostaa näkyvyyttä ja tuottaa tulosta:

- ☐ Tuotenimikkeitä on paljon
- ☐ Tuotevalikoima päivittyy usein
- ☐ Tuotetieto on hajallaan
- ☐ Tuotetieto on monikielistä
- ☐ Tuotetiedon rikastaminen on työlästä
- ☐ Tuotetietoja hyödynnetään useilla kanavilla

02

Projektin vaiheet

Mistä hedelmällinen PIM-projekti
koostuu ja kuinka se tyypillisesti etenee?
Miten siihen olisi hyvä varautua?



Projektin kesto

Projektin kokonaiskesto riippuu esimerkiksi integraatioiden määrästä ja tarkentuu, kun määrittely on tehty.

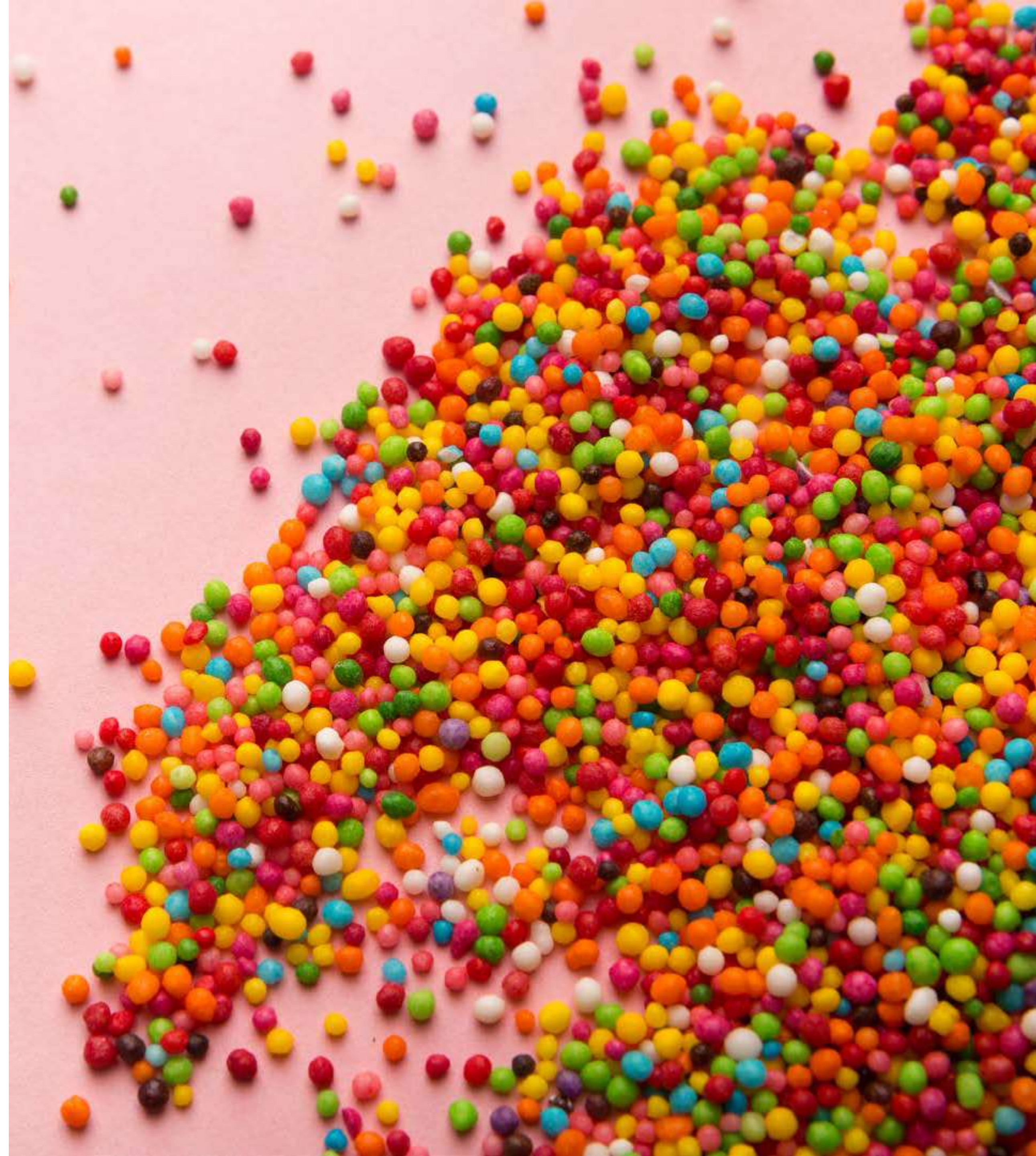


PROJEKTIIN VALMISTAUTUMINEN

1

Kartoita nykytilanne

Selvitä, missä tuotetietoa tällä hetkellä säilytetään ja hallitaan, missä rikastava tuotetieto sijaitsee, ketkä osallistuvat tuotetietoprosessiin, kuinka moneen eri paikkaan eli kanavaan tuotetietoa julkaistaan ja kuinka monella kielellä?



2

Varaa riittävät resurssit

Osallista määrittelyvaiheeseen henkilöitä tarpeeksi laajalta osaamisalueelta. Kunkin tuoteryhmän tuotepäälliköt tuntevat parhaiten omat tuotteensa ja niiden vaatimukset. Markkinointi tietää, minkälaisia prosesseja rikastava tuotetieto tällä hetkellä vaatii, minkälaisia esitteitä ja muita julkaisuja siitä halutaan tuottaa ja mikä on nykyinen kuvaprosessi. Myynti tuntee asiakkaiden toiveet ja tarpeet ja IT-osasto yrityksen kokonaisarkkitehtuurin. Näin varmistat, että projektin jalkautus ja ydinryhmien sitouttaminen onnistuu mahdollisimman kattavasti.



Tuotetietomallin määrittäminen, uusien prosessien suunnittelu ja olemassa olevan datan kerääminen on tärkeä vaihe, joka kestää tyypillisesti noin 1–1,5 kuukautta. Tuoterakenteiden ja -perheiden sekä attribuuttien hyvällä suunnittelulla saadaan mahdollisimman tehokkaasti palveleva loppuratkaisu – siksi pelkkiin työpajoihin osallistuminen ei riitä. Lisäksi käyttäjät tulee kouluttaa järjestelmän käyttöön ja se tulee testata huolellisesti ennen lopullista käyttöönottoa.

3

Muut projektit

Selvitä etukäteen, onko yrityksessäsi käynnissä muita mahdollisesti PIM:in käyttöönottoon vaikuttavia projekteja. Näitä voivat olla esimerkiksi ERP-uudistus, verkkokaupparatkaisun vaihto tai käyttöönotto, brändiuudistus tai uudet markkina-alueet.



Määrittely

Määrittelyprojektissa käydään läpi nykyiset liiketoiminnan prosessit ja tavoitteet, kartoitetaan nykyiset käytännöt ja arvioidaan tulevia tarpeita.

Määrittelyihin kuuluu tyypillisesti kolme noin puolen päivän mittaista työpajaa. Näiden väliin on hyvä jättää resursseista riippuen viikko tai kaksi väliä, joiden aikana kerätään tuotetietoa ja työstetään tuotetietomallia.

Määrittelyssä pureudutaan mm. seuraaviin teemoihin:

- Mitä eri muuttujia rikas tuotetieto vaatii: tuoteryhmittäin, kanavittain, käyttötarpeittain.
- Mistä rikastettu tuotetieto koostetaan: rikastamisen työnkulku, taustajärjestelmät, tiedostot, manuaalinen rikastaminen, integraatiot.
- Missä ja miten rikasta tuotetietoa hyödynnetään: henkilöstö, verkkopalvelut, muut kanavat.
- Tuotetiedon rikastamisen ja ylläpidon roolit ja vastuut.

Tekninen toteutus alkaa määrittelyn pohjalta

PIM-järjestelmä konfiguroidaan ja pystytetään määrittelyissä tehdyn dokumentaation pohjalta. Järjestelmä voi olla valmis herkutteluun parissa päivässä, jos hyödynnetään valmista PIM-ratkaisua.

Koulutus, tiedon rikastus ja integraatiot

PIMin pystytyksen jälkeen voidaan lähteä syöttämään järjestelmään tuotteita ja tuotetietoa. Järjestelmää käyttävät koulutetaan ja järjestelmä testataan huolellisesti. Olemassa olevaa tietoa voidaan migroida vanhasta järjestelmästä tai tuoda integraatiolla.

PIM ei ole kustannuksiltaan iso projekti. Suurin työ koostuu määrittelyistä sekä rikastavan tuotetiedon keruusta järjestelmään. PIM voi olla käyttövalmiina jo reilun kuukauden kuluessa projektin aloittamisesta.

PIM ei ole suuri projekti

PIMin käyttöönoton kustannukset riippuvat projektin laajuudesta, lähtien pienistä 10 henkilötyöpäivän projekteista aina suuriin 50 htp ratkaisuihin.

ESIMERKKEJÄ:

Laajuus	Kesto	Kustannus
Perus PIM-paketti PIM konfiguroidaan määrittelyissä sovitun mukaisesti	2-3 kk	10-15 htp
PIM ja 1-2 integraatiota (tyypillisesti esim. ERP ja verkkokauppa)	3-4 kk	25-35 htp
PIM ja useita sisään sekä ulos meneviä integraatioita ja kustomointia	alk. 6 kk	alk. 50 htp

PIM-järjestelmän asennuksesta lähtevät kuukausittaiset SaaS -kulut, jotka riippuvat PIMin kokoluokasta

PIMin
käyttöönotto
Kustomointi
Integraatiot



03

PROJEKTIN JÄLKEEN

PIMin käyttöönotto

PIMin käyttöönotto onnistuu parhaiten, kun suunnitteluvaiheeseen osallistetaan kaikki oleelliset sidosryhmät. Silloin toteutus tukee ja helpottaa yrityksen prosesseja. Suurimpia riskejä projektin

epäonnistumiselle on, ettei PIMillä ole omistajaa tai tuotetiedon rikastamiseen ei ole kohdennettu resursseja. Tällöin tuotetiedon laatu ei parane ja järjestelmän tarjoamat hyödyt jäävät saavuttamatta.



PIM itsessään ei siis ratkaise kaikkea, vaan se toimii työkaluna rikkaan tuotetiedon lisäämiselle. PIMistä tulee löytyä myös laadukkaat käännökset tuotetiedolle. Käännökset kannattaa teettää käännoistoimistolla tai paikallisella markkinointiosastolla, sillä konekielinen käänнос ei anna laadukasta vaikutelmaa tuotetiedosta. Tuotteiden rikastaminen kannattaa aloittaa parhaan katteen tuotteista, ja siirtyä vähitellen yritykselle vähemmän tärkeisiin tuotteisiin. Alkuun lisätään

ainakin pakolliset minimitiedot, mutta erottuakseen kilpailijoista tarvitaan muutakin.

Kannattaa huomioida, että heikot tuotetiedot vähentävät hakukonenäkyvyyttä. Usein valmistajat tarjoavat kaikille jälleenmyyjille täsmälleen samat tuotetiedot. Näitä rikastamalla on mahdollista lisätä näkyvyyttä ja myyntiä merkittävästi.



PIMiin kannattaa mahdollistaa pääsy kaikille työntekijöille, jotka ovat tekemisissä tuotetiedon kanssa, ei pelkästään markkinoinnille ja tuotepäälliköille. Näin koko organisaatiossa on yhtenäinen kuva tuotevalikoimasta, minkä ansiosta mahdollistetaan tasalaatuinen tuotetieto. Yhteisellä alustalla vähennetään myös eri osastojen siiloutumista.

PIMiin on mahdollista saada erilaisia näkymiä, jolloin käyttäjille näkyy vain heidän työnsä kannalta oleelliset tuotetiedot. Tuotteiden rikastusta voidaan ohjata projektein, joille voidaan asettaa määräpäivät esimerkiksi uuden malliston julkistusta varten. Näin jokainen rikastamisesta vastuussa oleva henkilö saa tiedon rikastamista vaativista tuotteista.

Integroituminen muihin järjestelmiin

Usein jo määrittelyvaiheessa on selvitetty, mistä tietoa tuodaan ja mihin sitä viedään. Mikäli järjestelmiä on useita, on usein kannattavampaa ottaa käyttöön integraatioalusta, jonka kautta kaikki tieto kulkee järjestelmien välillä. Tämä mahdollistaa esimerkiksi sen, ettei tiedonsiirto katkea, vaikka yhtä järjestelmää päivitetään.

Hyvin suunniteltu tietomalli helpottaa tiedonsiirtoa järjestelmien välillä. Esimerkiksi alan valmiita standardeja käyttämällä voi saavuttaa merkittäviä etuja.

API

FRONT-END

Mobiili • Verkkosivut • Asiakaspalvelu •
Some • Kauppapaikat

BACK-END

CMS • PIM • ERP •
Maksujärjestelmät • Tilaukset

PIM mahdollistaa erilaisten excel-pohjien generoinnin halutusta tuotevalikoimasta. Sen avulla voidaan tuottaa esimerkiksi jälleenmyyjille meneviä tiedostoja – tarvittaessa automatisoidusti. Myös tiedon sisäänluku onnistuu exceleistä. Mikäli PIM on jälleenmyyjän käytössä, saa eri toimittajien materiaalit luettua sisään automaattisesti.

PIM mahdollistaa monia muitakin toiminnallisuuksia. Rajapintojen kautta saadaan aina ajantasaista tuotetietoa, jota voidaan hyödyntää myyjien materiaaleissa, tuotekorteissa ja -luetteloissa. Tutustu esimerkiksi PIMistä automaattisesti generoitaviin pdf-julkaisuihin:

PDF-julkaisujen automatisointi

Yritysilmeen mukaisilla julkaisuilla pidät huolen brändikuvasta ja tehostat huomattavasti prosesseja.

CHECK THIS
OUT!

PIMistä on hyötyä vain, jos se otetaan aidosti käyttöön. Varmista siis, että tuotteiden rikastustyö pääsee vauhtiin, työntekijät saavat koulutuksen järjestelmän käyttöön ja jokainen rooli tunnistaa vastualueensa.

Kiinnostuitko PIM-järjestelmästä ja haluatko jutella lisää?



Anu Hakkarainen

SALES DIRECTOR

+358 44 988 5560

anu.hakkarainen@crasman.fi

Crasman