

MITÄ ON

TUOTETIEDON HALLINTA (PIM)?



PIM - TUOTETIEDON HALLINTA

Tervetuloa lukemaan Vaimon koostamaa opasta
tuotetiedon hallinnasta eli PIMistä!

SISÄLTÖ

03	TUOTETIEDON HALLINNAN JÄRJESTELMÄN EDUT JA HYÖDYT
03	MITÄ TUOTETIEDON HALLINTA ON PIM-JÄRJESTELMÄSSÄ?
04	MILLOIN PIMIÄ TARVITAAN?
05	PIMIN TÄRKEIMMÄT EDUT
06	PIMIN KÄYTTÖÖNOTON VAIKUTUKSET
06	MITEN PERUSTELLA PIMIN HYÖDYT JOHDOLLE
07	TUOTETIEDON KÄSITTELYN TUOTTAVUUS KASVAA
08	KEHITTYNEEN TUOTETIEDONHALLINNAN VAIKUTUS TULOKSEEN
09	PIM KASVATTA A STRATEGISTA KILPAILUETUA
09	DIGITAALINEN KAUPANKÄYNTI KEHITTYY NOPEISSA SYKLEISSÄ
10	ARVIOI TUOTETIEDON HALLINNAN TARVE VAIMON PIMOMETRILLÄ
11	MIKSI VAIMO ON OIKEA KUMPPANI TOIMITTAMAAN PIM-JÄRJESTELMÄN?

TUOTETIEDON HALLINNAN JÄRJESTELMÄN EDUT JA HYÖDYT

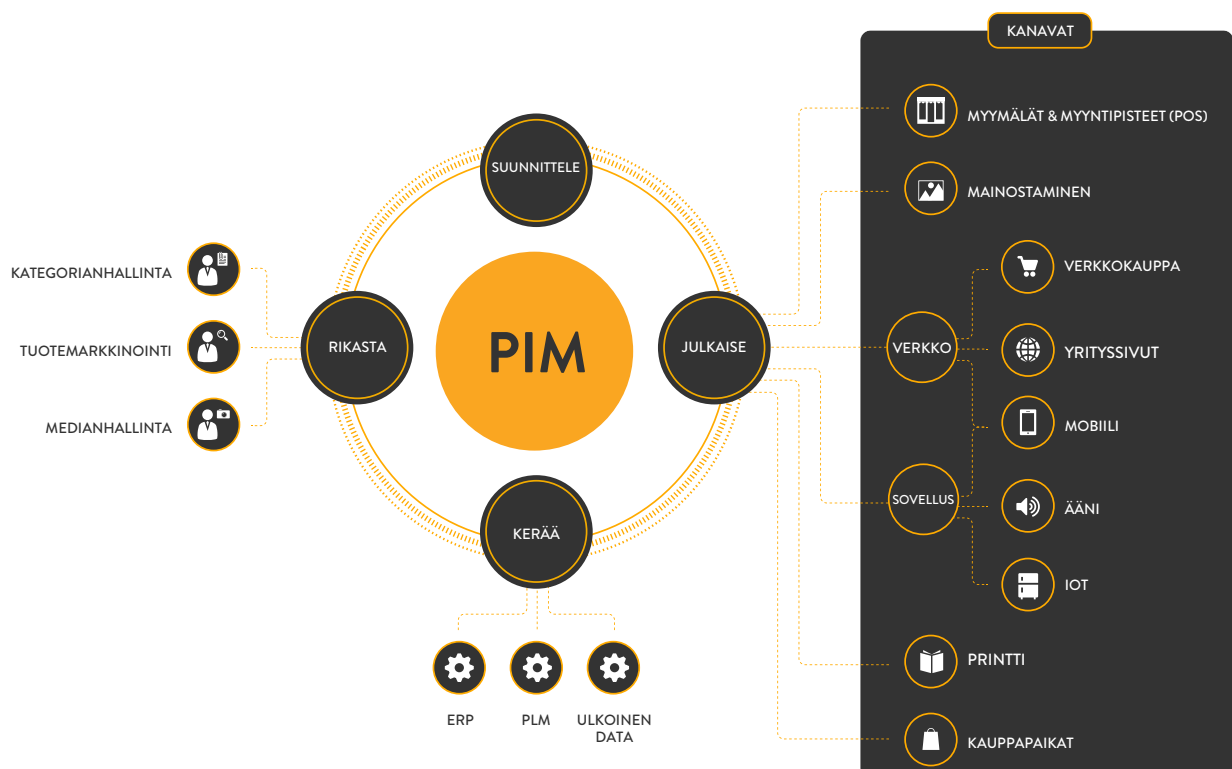
Yhä useammat valmistajat ja kauppiat ovat havainneet tarpeen kehittää tuotetiedon hallinnan sisäisiä prosessejaan. Tuotetiedosta halutaan täsmällisempää, kattavampaa ja se pitää voida tuottaa ja julkaista kustannustehokkaasti.

SYVENNYMME SEURAAVIIN PIMIIN LIITTYVIIN AIHEISIIN:

- Mitä tuotetiedon hallinta on PIM-järjestelmässä?
- Milloin kauppias tarvitsee PIM-ratkaisun?
- Mitä etuja ja hyötyjä PIM tarjoaa?
- Miten PIM liitetään osaksi muuta järjestelmäarkkitehtuuria?
- Miksi Vaimo on hyvä kumppani toteuttamaan PIM-ratkaisuja?

MITÄ TUOTETIEDON HALLINTA ON PIM-JÄRJESTELMÄSSÄ?

PIM (Product Information Management) on myyntiä ja markkinointia tukevan tuotetiedon keskitetty hallintajärjestelmä. PIM tuo tehokkuutta tuotetiedon vastaanottamiseen, rikastamiseen ja julkaisemiseen. Tuotetiedon vastaanottaminen monista eri lähteistä ja julkaiseminen sisäisiin ja ulkoisiin kanaviin luo haasteen tuotetiedon hallintaan. Lisäksi tuotetiedon hallinnan pitää tukea kanavien muuttuvia vaatimuksia ja luoda tuotetiedolle lisäarvoa. Tähän kaikkeen PIM-järjestelmä tarjoaa ratkaisuja.



MILLOIN PIMIÄ TARVITAAN?

- Sinulla on monimutkainen tuotetiedon hallinnan prosessi tuhansine tuotteineen ja attribuutteineen ja tarvitset kohtuuttoman paljon työvoimaa niiden rikastamisen ja laadunvarmistuksen organisointiin.
- Haluat rikastaa asiakaskokemusta ja vähentää asiakaspalautteita ja tuotevaihtoja sekä -palautuksia.
- Markkinoit ja myyt tuotteitasi markkinapaikoissa, kuten Amazon, eBay ja Alibaba.
- Haluat parantaa valvonnan ja säännösten noudattamisen prosesseja jokaisessa maassa.
- Haluat hallita eri myyntikanavia javalita, mitkä tuotteet julkaistaan kussakin kanavassa.
- Haluat nopeuttaa uusien tuotteiden julkaisua.
- Haluat tukea brändin tunnettuutta ja yhteneväisyyttä eri kanavissa ja promootioissa.
- Haluat julkaista laadukkaampaa tuotetietoa ja välttää epä johdonmukaisuutta eri kanavissa.
- Haluat “yhden totuuden lähteen” tuotetiedollesi.
- Myyt maailmanlaajuisesti ja haluat hallinnoida tuotteita eri kielille ja markkinoille.



PIMIN TÄRKEIMMÄT EDUT

Tuotetiedon hallintajärjestelmä tarjoaa:

01

Keskitetyn paikan tuotetiedollesi, jota voit hyödyntää eri ohjelmistoalustoissa, mobiilisovelluksissa, kassajärjestelmissä ja kaikissa järjestelmäninfrastruktuurin osissa.

02

Tehokkaan [integraation](#), joka päivittää tuotetiedon verkkokauppajärjestelmään ja vapauttaa verkkokaupassa käytettäviä resursseja.

03

Suuren hyödyn monikanavaiseen kaupankäyntiin, jossa tarjotaan tuotteita moninaisilla tuotetiedoilla (koot, värit, tekniset tiedot jne.).

04

Käyttäjystävällisen toimintaympäristön, jollaista tyypillinen verkkokauppajärjestelmä ei pysty tarjoamaan.

05

Tilaisuuden syöttää tuotetietoja vain kerran PIM-järjestelmään. Kauppiaan ei tarvitse toistaa tietojen tuottamista muissa järjestelmissä, koska PIM toimittaa saman tuotetiedon keskitetysti kaikkialle kokonaisjärjestelmässä.



PIMIN KÄYTTÖÖNOTON VAIKUTUKSET

- Parempi sisäisten tiimien yhteistyö ja virtaviivaistetut työnkulut
- keskitetty tuotetieto ja yksi näkymä koko tuotetietoon
- Yksinkertaistettu tuotetarinan kerronnan prosessi
- Kasvanut myynti
- Toistuvien työvaiheiden poistaminen
- Nopeampi tuotteen julkaisu kaikille markkinoille
- Vähentyneet tuotepalautukset
- Kyky käsitellä enemmän valikoimia, tuotteita ja kanavia
- Pääsy tuotetietoon kaikkialta ja kaikkina aikoina
- Johdonmukainen tuotetieto, jonka pohjalta voi rakentaa luottamusta, lojaalisuutta ja tyytyväisyyttä

MITEN PERUSTELLA PIMIN HYÖDYT JOHDOLLE



PIM (Product Information Management) on myyntiä ja markkinointia tukevan tuotetiedon keskitetty hallintajärjestelmä. PIM tuo tehokkuutta tuotetiedon vastaanottamiseen, rikastamiseen ja julkaisemiseen. Tuotetiedon vastaanottaminen monista eri lähteistä ja julkaiseminen sisäisiin ja ulkoisiin kanaviin luo haasteen tuotetiedon hallintaan. Lisäksi tuotetiedon hallinnan pitää tukea kanavien muuttuvia vaatimuksia ja luoda tuotetiedolle lisäarvoa. Tähän kaikkeen PIM-järjestelmä tarjoaa ratkaisuja.

Tuotetiedonhallinnan järjestelmä tarjoaa ratkaisun tuotetiedon jatkuvasti kasvavan vaatimustason hallitsemiseksi. Yritykset käyttävät kasvavassa määrin

tuotetietoa liiketoiminnassaan. Digitaaliset kanavat ovat luoneet mahdollisuuden tarjota asiakkaille ja sisäisille toiminnolle tuotetietoa, joka on kattavampaa, yksityiskohtaisempaa ja rikkaampaa kuin ennen. Asiakkaat ovat myös oppineet vaatimaan tuotetiedolta enemmän vertaillessaan tuotteita ja halutessaan varmistua, että vastaanotettu tuote todella vastaa verkossa syntynyttä mielikuvaa.

Lisääntynyt tuotetiedon määrä ja asiakkaiden kasvanut vaatimustaso luovat yrityksille uudenlaisia haasteita: tuotetiedon kasvavaa volyymia, sen valjastamista kilpailueduksi ja hyödyntämistä laajentumisessa ja uusissa toiminnoissa pitää voida hallita tehokkaasti.



TIIVISTETYSTI, TÄRKEIMMÄT PIMIN TUOMAT HYÖDYT OVAT:

- Parempi sisäisten tiimien yhteistyö ja tehokkaat työnkulut
- Keskitetty tuotetieto ja yksi näkymä koko tuotetietoon
- Kasvanut myynti
- Nopeampi tuotteen julkaisu kaikille markkinoille
- Kyky käsitellä enemmän tuotteita, tuotevalikoimia ja kanavia
- Johdonmukainen tuotetieto, jonka pohjalta voi kehittää asiakaskokemusta ja uusia ratkaisuja.

TUOTETIEDON KÄSITTELYN TUOTTAVUUS KASVAA

Tuotetietoa käsitellään yrityksessä monissa eri vaiheissa. Sitä voidaan vastaanottaa omista ja ulkoisista järjestelmistä, tavarantoimittajilta tai tuottaa itse yrityksen valmistamille tuotteille. Tuotetiedon keräämisen jälkeen sitä standardoidaan, luokitellaan ja rikastetaan, ja lopuksi se julkaistaan moniin eri myynti- ja markkinointikanaviin. Yleiskäyttöisiä ratkaisuja ja itse ylläpidettyjä tietokantoja ei voi kehittää hallitsemaan näin suurta toimintojen määrää. Jotta tuotetietoja voisi hallita tehokkaasti ja säilyttäen kokemus laajan tietomäärän hallinnasta, pitää sitä käsitellä juuri siihen optimoidussa järjestelmässä: PIMissä.

Asiakkaan vaatimus asiakaskokemuksen laadulle on nykyään niin korkea, että tuotetiedolta edellytetään yksilöllisiä kuvauksia, mediatiedostoja, teknisiä tietoja, tunteisii vetoavaa tietoa ja liittyviä muita tuotteita, kuten lisätarvikkeita tai varaosia. Kansainvälisesti toimivien yritysten pitää myös kääntää ja lokalisoida tuotetieto.

Tuotetiedon hallinnan järjestelmä automatisoi työprosesseja mahdollisimman paljon ja optimoi jäljelle jääviä manuaalisia työvaiheita. PIMin tarjoamaan tuottavuuden kasvun määrään vaikuttaa lukuisat eri tekijät, kuten yrityksen nykyinen tuotehallinnan tehokkuus ja asiakaskanavien asettamat vaatimukset tuotetiedolle, mutta yleisesti ottaen yritys voi odottaa jopa kaksinkertaistavansa tuottavuuden PIMin käyttöönoton myötä.

KEHITTYNEEN TUOTETIEDONHALLINNAN VAIKUTUS TULOKSEEN

PIM-järjestelmän integroiminen osaksi yrityksen liiketoimintaa mahdollistaa monen KPI:n kehittämisen, kuten esimerkiksi konversion, time-to-marketin ja tuotepalautusten.

01

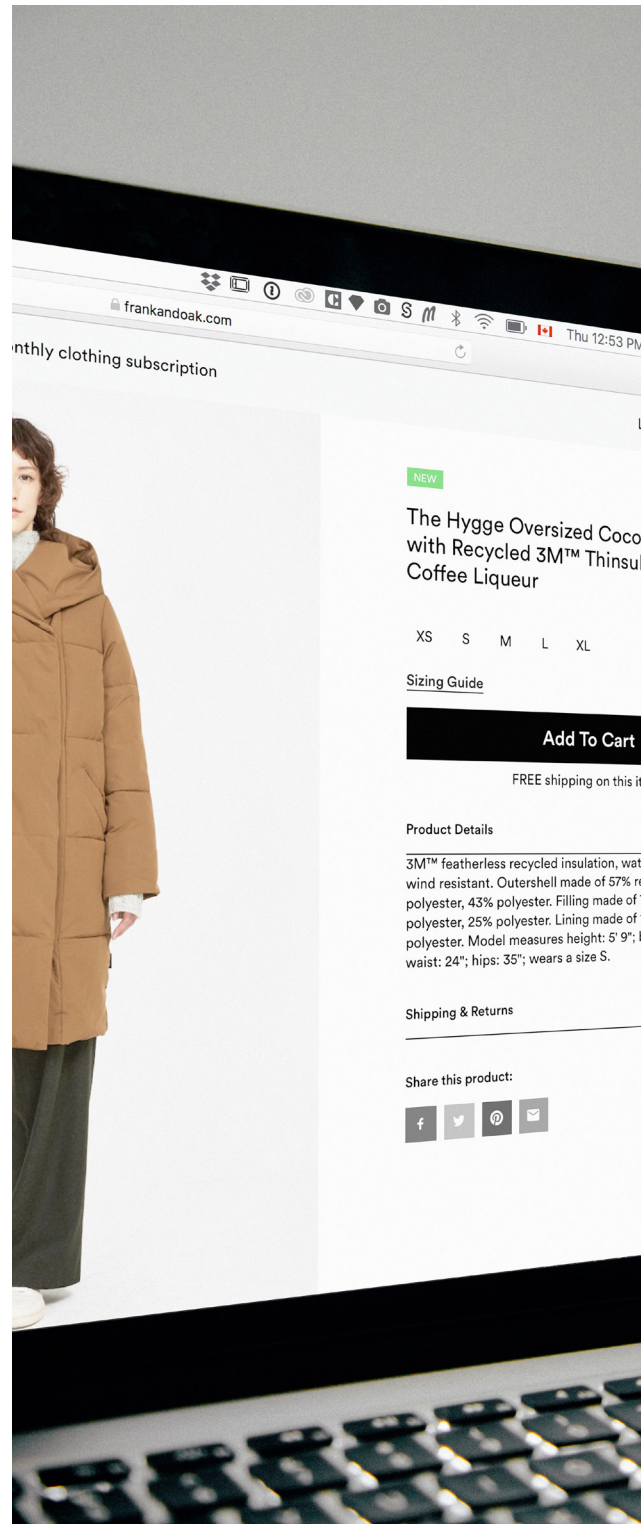
Konversioaste on usein yksi tärkeimmistä yrityksen suorituskyvyn mittareista. PIMissä hallinnoidaan tuotetietoa, jota hyödynnetään markkinoinnissa ja myynnissä. Täten sillä on suora vaikutus asiakaskokemukseen, tai tarkemmin sanottuna asiakkaan tuotekokemukseen. Oikein suunniteltu tuotetiedon hallinta tukee yrityksen kanaviin suunniteltuja asiakaspolkuja, joiden tavoite on konvertoida asiakaskäynti ostamiseksi. PIM tarjoaa kattavaa, täsmällistä, rikasta ja tunteisiin vetoavaa tuotetietoa. Lisäksi PIM tarjoaa tuotteesta lisätietoa samassa kontekstissa, joka voi tukea asiakkaan ostopäätöstä tai kasvattaa lisämyyntiä suuremman kertaostoksen muodossa.

02

Time-to-market eli tuotteen myytäväksi julkaisemiseen kuluva aika pienenee PIMin tarjoaman automatisoinnin ja työprosessien optimoinnin myötä. Myyntiä voidaan kasvattaa, kun tuote julkaistaan senollessa vielä erittäin haluttu, ja kun kilpailijat eivät ole vielä kilpailemassa näkyvyydestä hakukoneissa. PIM myös automatisoi hakukoneoptimoinnissa käytettävän tiedon tuottamista, joka osaltaan lisää myyntiä parantuneena sijoittumisena hakutuloksissa.

03

Verkkokauppaostoksista keskimäärin 15-30% palautetaan, mikä on noin kolminkertainen määrä verrattuna fyysisissä myymälöissä tehtyihin ostoksiin. Yksinkertaistetusti syy suurempaan palautusprosenttiin on se, että vastaanotettu fyysinen tuote ei vastaakaan verkkokaupassa syntynyttä mielikuvaa tuotteesta. Toinen vastaava yrityksen toimintaa rasittava tekijä on asiakaspalautte verkosta ostetuista tuotteista. Tuotepalautusten ja asiakaspalautteiden määrää voidaan vähentää tarjoamalla asiakkaalle tarkka ja kattava kuvaus tuotteesta. Se luo tuotetiedon tuottamisen prosesseihin lisähaasteen, jota voidaan hallita PIMiä hyödyntämällä.



PIM KASVATTAÄ STRATEGISTA KILPAILUETUA

Yritysten digitaalisen strategian haasteisiin usein sisältyy nopea digitaalinen muuntautuminen, tehokas liiketoiminnan skaalautuminen ja yleisesti mukautuminen jatkuvasti muuttuvaan digitaalisen toimintaympäristöön.

PIM toimii keskitettynä tuotetiedon lähteenä. Se sisältää jäsennellyn tuotetiedon rakenteen, joka toimii perustana liiketoiminnan hallitulle laajentamiselle ja uusien palvelujen nopealle käyttöönotolle.

Jäsennelly tuotetiedon rakenne mahdollistaa esimerkiksi tehokkaan tuotetiedon hallinnan monikanavaisessa liiketoiminnassa. **PIMissä hallinnoidaan kanavien toisistaan poikkeavia vaatimuksia tuotetiedolle.** Esimerkiksi verkkokauppa, mobiilisovellus ja printtimedia kukin asettavat yksilöllisiä vaatimuksia tuotetiedon muodolle. Eri kanavissa voidaan myös haluta tarjota yksilöllisiä tuotevalikoimia.

Kansainvälisessä liiketoiminnassa tuotetiedon määrä ja vaatimukset kasvavat merkittävästi. Tieto pitää **lokalisoida täyttämään markkinoiden yksilölliset vaatimukset**, kuten esimerkiksi kielet, mittayksiköt, määräykset, laki ja kulttuuriset erot. Jotta monikanavaisuuden ja kansainvälisyyden edellyttämä lisätyö voidaan suunnitella ja jalkauttaa ennustettavasti ja kustannustehokkaasti, tarvitaan tarkoitukseen suunniteltu järjestelmä: PIM.

DIGITAALINEN KAUPANKÄYNTI KEHITTYÄ NOPEISSA SYKLEISSÄ

Digitaalisuus mahdollistaa uusien palvelujen nopean syntymisen ja kuolemisen markkinointi- ja myyntikanavissa. Osa palveluista osoittautuu hyödyllisiksi ja jäävät pysyväksi osaksi markkinaa, osa karsiutuu tarpeettomina pois. Jotta yritys voi olla ensimmäisten joukossa hyödyntämässä uusia palveluita, aiheuttamatta kuitenkaan kohtuutonta riskiä liiketoiminnalleen, siltä edellytetään erityistä kilpailuetua: jäsennellyä tuotetietoa.

PIMissä tuotetieto on jäsennelly ja luokiteltu tietokokonaisuus. Lisäksi on helppoa integroida PIM lukuisiin erilaisiin järjestelmiin. Näiden yhdistelmä mahdollistaa uusien palveluiden kokeilemisen ja käyttöönottamisen kohtuullisin resurssein.

Käytännön esimerkkinä uusista palveluista toimivat digitaaliset assistentit (Siri, Alexa) ja koneelliset chat-asiakaspalvelijat, chatbotit. Jotta tällaiset palvelut voisivat tarjota asiakkaalle monipuolisesti apua, pitää niillä olla käytössään palvelun kannalta merkityksellinen tuotetieto, joka tarjoaa mahdollisuuden yhdistää tietoa eri asiakastilanteisiin.

ARVIOI TUOTETIEDON HALLINNAN TARVE VAIMON PIMOMETRILLÄ

Moni verkkokauppias saattaa pohtia, onko tuotetiedonhallinta tarpeellista. Mitä PIM oikein on? Pitäisikö minun ottaa PIM käyttöön? Ja miten se todella auttaa verkkokauppaani?

Jos etsit verkosta näitä kysymyksiä, huomaat, että tilanne on melko puolueellinen. Todennäköisesti 90% artikkeleista antaa sinulle 10 hyvää syytä, miksi sinun pitäisi ottaa PIM käyttöön.

Todellisuudessa asia ei ole niin selkeä. Yrityksesi on erilainen kuin mikään muu yritys – sillä on oma historia, tarina, työntekijät ja matka, jolla se on tällä hetkellä. Tämän vuoksi yrityksesi tarve tuotetiedonhallinnalle voidaan helposti määrittää **Vaimon Pimometrillä**. Tämän työkalun avulla voimme ymmärtää paremmin yrityksesi nykytilan, verkkokaupan tavoitteet ja sen mahdolliset ongelmat. Yksityiskohtaisen analyysin avulla PIM-tiimimme pystyy arvioimaan, miten liiketoimintasi hyötyisi keskitetystä tuotetiedonhallinnasta.

PIM ei sovi kaikille. Mutta asiakkaamme voivat todistaa, että oikeissa olosuhteissa se mullistaa koko työnkulun. On myös todistettu, että tuotteiden nopeampi markkinoille saattaminen ja johdonmukaisuus eri kanavien välillä kasvattaa merkittävästi konversiota.

Kun täytät Pimometrin, saat vastauksen, soveltuuko PIM-ratkaisu yrityksesi tavoitteisiin ja tulevaisuuden kehitykseen. Pystymme esittämään konkreettiset syyt, miksi olemme tätä mieltä. Menestyksekkäs käyttöönotto perustuu siihen, että tuotto on suurempi kuin sijoitus. Ja jotta tämä tapahtuisi, meidän on oltava varmoja, että tuotetiedonhallinta auttaa sinua joko säästämään rahaa, kasvattamaan myyntiä tai molempia. Jos emme näe tätä mahdollisuutta, työkalumme antaa sinulle siitä tiedon.

Kokeile Pimometriä – kyselyyn vastaamiseen menee vain 5–10 minuuttia, ja saat uutta tietoa siitä, kuinka voit edistää yrityksesi menestystä.

TÄYTÄ VAIMON PIMOMETRI-KYSELY TÄSTÄ!



MIKSI VAIMO ON OIKEA KUMPPANI TOIMITTAMAAN PIM-JÄRJESTELMÄN?

Vaimolla on strateginen kumppanuus inRiverin ja Akeneon kanssa. IDC MarketScape julkaisi joulukuussa 2019 maailmanlaajuisen arvioinnin PIM-ohjelmistoalustoista, jossa [inRiver](#) ja [Akeneo](#) sijoituivat markkinajohtajiksi.

Tarjoamalla molempia järjestelmiä voimme tuottaa PIM-ratkaisuja, jotka täyttävät liiketoimintasi vaatimukset yksilöllisesti. Ja koska Vaimolla on pitkä kokemus Magento-verkkokauppajärjestelmän toimittamisesta ja yleisesti digitaalisen liiketoiminnan kehittämisestä, PIM-asiakkaanamme saat ratkaisun, joka tukee strategisia tavoitteitasi.

