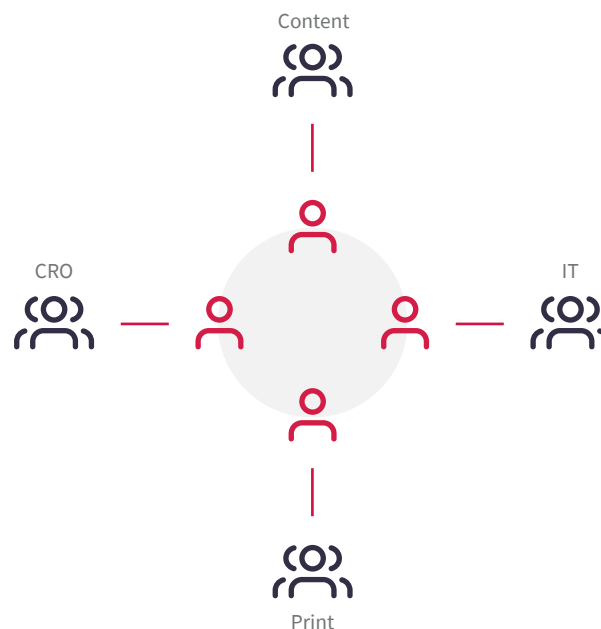


8 best practices voor productinformatie-management

Vrijwel elke organisatie heeft een vorm van productinformatiemanagement (PIM). Dikwijls staan organisaties nauwelijks stil bij het managen van productinformatie en is de productinformatie daardoor verspreid over verschillende afdelingen. Het gevolg hiervan is dat medewerkers tijd verspillen aan het zoeken naar de juiste productinformatie. Na verloop van tijd vinden deze medewerkers wel de benodigde informatie, maar zijn ze er niet van bewust dat de informatie oud en onjuist is. Daardoor verschijnt op verkooppunten verkeerde informatie. En dat leidt weer tot een lagere conversie en een hoger retourpercentage. Voor organisaties die serieus aan de slag willen gaan met PIM bieden de hiernavolgende acht best practices een goed fundament voor een succesvol PIM-proces. Een goed begin is immers het halve werk.

1. Identificeer de juiste teamsamenstelling

Plaats de juiste specialisten in uw productinformatiemanagementteam. Vaak denkt men alleen aan het schrijven van teksten als we praten over productinformatiemanagement. In de praktijk gaat dit vaak verder en sluiten ook productowners, de ERP-, printfolder-, SEO- en CRO-specialisten aan. Door alle betrokken partijen in één team te plaatsen, weet u zeker dat alle aspecten van het productinformatiemanagement-proces worden meegenomen. Nu zal u zich wellicht afvragen wat een SEO- of CRO-specialist van toegevoegde waarde heeft binnen het team. Wat is hun invloed op het verwerken van productinformatie? Simpel! De input van SEO- en CRO-specialisten is benodigd om de benodigde informatie beschikbaar te maken op alle kanalen. Zijn de juiste zoekwoorden verwerkt in de titels en productteksten? Zijn alle benodigde kenmerken beschikbaar om een zo goed mogelijke productervaring te creëren? De inzichten van een SEO- en CRO-specialist op dit gebied, wijken veelal af van de productbeheerder.



Afbeelding 1: plaats de juiste specialisten in uw productinformatiemanagementteam

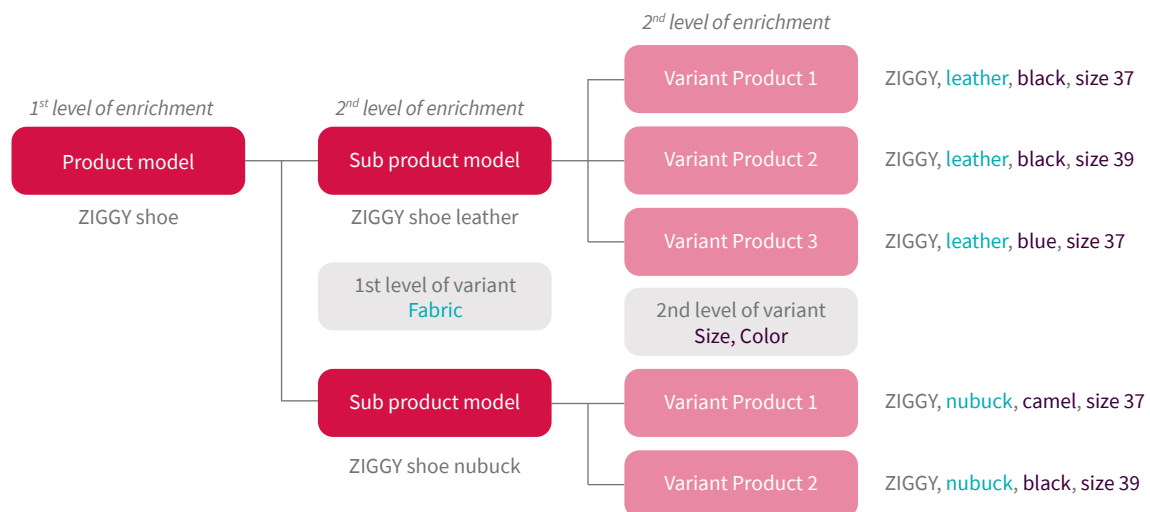
Naast het leveren van de juiste input voor de optimalisatie van het productinformatiemanagement-proces, helpt het samenstellen van een dergelijk team bij het creëren van draagvlak in de organisatie. Een optimalisatie van het PIM-proces is immers een organisatorische verandering, waarbij het van groot belang is dat alle betrokkenen achter de benodigde aanpassingen staan. Is het dan nodig om echt alle specialisten samen te laten werken? Nee. Het is belangrijk om alle betrokken afdelingen te betrekken bij het denkproces, maar er zou onnodig veel tijd verloren gaan indien het projectteam te groot wordt. Stel daarom per individuele afdeling een key-user aan. Deze persoon zal de belangrijke taak krijgen om de mening en input van zijn afdeling aan te leveren bij het projectteam, maar ook om zijn afdeling te informeren over keuzes en de voortgang. Het totaal van de key-users zal de basis vormen van het projectteam dat verantwoordelijk is voor de optimalisatie van het productinformatiemanagement-proces.

2. Bepaal de juiste productstructuur

De structuur van productinformatie is essentieel voor het gebruiksgemak en efficiëntie van PIM-software. En voor toekomstige mogelijkheden. Zo vragen nieuwe technische ontwikkelingen vaak ander soortige productinformatie. Denk aan een chatrobot die allerlei vragen over een product dient te kunnen antwoorden of aanbeveling dient te kunnen maken. Of denk aan de toepassing van artificial intelligence (AI) in de meubelbranche, waarbij meubelverkopers het voor consumenten mogelijk wil maken om met hun smartphone te kijken hoe een meubel in hun leefruimte past.

Ook nieuwe strategieën zoals het betreden van marktplaatsen en internationalisatie hebben impact op de benodigde productinformatie. Zo vraagt Bol.com om andere informatie dan Zalando en kan een productbeeld goed werken voor Nederlandse consumenten, maar in Amerika niet. Zelfs het apparaat of medium dat uw doelgroep gebruikt, heeft impact op productinformatie. Aan smartphonegebruikers wilt u kortere teksten tonen dan aan desktopgebruikers. En in een folder gebruikt u weer een andere beschrijving. Hoe eenvoudig u kunt inspelen op dit soort nieuwe ontwikkelingen en strategieën, hangt deels af van de gekozen productstructuur in uw PIM-systeem.

Voor het bepalen van de juiste structuur begint u met het identificeren van de verschillende productsoorten. Hou rekening met verschillende varianten van producten. Denk aan een schoen welke in verschillende maten en kleurvarianten beschikbaar is. Het maakt niet uit of u begint bij het meest simpele of het meest complexe product. Zorg er vervolgens voor dat u alle productsoorten nauwkeurig analyseert op alle eigenschappen. Zoals tekst, prijs en beeldmateriaal.



Afbeelding 2: voorbeeld van een productstructuur

Na analyse bepaalt u de structuur. Denk bij het vormen van de structuur aan welke informatie op welk productniveau benodigd is en wordt ingevoerd zodat u de kans op dubbele invoer van data minimaliseert. Hou in het kort rekening met:

- Alles productcategorieën, families, varianten en attributen
- Relaties tussen producten
- Kanaalspecifieke attributen (denk aan apparaten en marktplaatsen)
- Lokale attributen, zoals regelgeving

3. Minimaliseer werken met verschillende systemen en bestanden

Het werken in verschillende systemen en losse bestanden betekent continu wisselen van de focus, concentratieverlies, het langdurig zoeken naar de meest recente versie van een bestand, loszwervende duplicaten van bestanden en dus verspilling van waardevolle tijd. Welke bestand of welk systeem bevat de laatste informatie? Het is een zoektocht welke zich soms een weg baant via verschillende afdelingen of soms zelfs locaties. Wanneer de laatste versie van een bestand gevonden is, rest vervolgens de vraag – is deze informatie wel correct en volledig? Of is er ergens nog een aanvulling op deze informatie beschikbaar? De gevolgen hiervan zijn op dit moment niet direct zichtbaar, maar voelen we veelal op de langere termijn. Veel fouten in aan consumenten getoonde productinformatie komen namelijk voort uit het werken met incorrecte of incomplete gegevens en bestanden. Om controle terug te krijgen over de betrouwbaarheid van data is het van groot belang dat data niet meer verdeeld over de organisatie wordt opgeslagen. Minimaliseer het aantal systemen waarin informatie in wordt bewerkt en opgeslagen. Werkt u met lossen bestanden? Dan is het zaak om zo spoedig mogelijk de productdata op te nemen in een hiervoor ontworpen systeem.

4. Bepaal de juiste (verkoop)kanalen

Belangrijke input voor het opstellen van het juiste productinformatiemanagement-proces, is het vaststellen van de verschillende (verkoop)kanalen waar een product aangeboden wordt. Is er alleen productinformatie benodigd voor de webshop? Of zijn er meer kanalen die gebruik maken van productinformatie. Zo wordt productinformatie veelal op meerder plekken binnen de organisatie gebruikt, met verschillende doeleinden. Zo kan het magazijn de productinformatie gebruiken om de juiste productnamen en maten op productlabels te printen. Daarnaast kan een inkoper productinformatie gebruiken om de inkoop van nieuwe, gerelateerde of vervangingsproducten te doen. En gebruikt een buitendienstmedewerker de productinformatie om zijn klanten zo goed mogelijk te voorzien van informatie over een product. Bijvoorbeeld door klanten een catalogus aan te bieden waar alle producten in worden weergegeven. Voor een ieder van deze doeleinden kan het zijn dat er andere informatie benodigd is. Zo kan een inkoper de inkoop vaak baseren op specificatie, maar wordt een buitendienst medewerker vooral geholpen met goede marketingteksten en productfotografie. Door het in kaart te brengen welke (verkoop)kanalen voorzien dienen te worden van productinformatie, bepaalt u direct welke teksten en informatie per individueel kanaal vrijkomt dient te worden en op welk moment in het proces deze informatie beschikbaar gemaakt dient te worden. Welke afhankelijkheden bestaan er tussen de verschillende (verkoop)kanalen en welke informatie kan worden gebruikt over de verschillende kanalen heen? Wanneer alle verkoopkanalen inzichtelijk zijn gemaakt, is het duidelijk welke personen betrokken zijn bij de invoer en het gebruik van de productinformatie en is het mogelijk om te kijken naar optimalisaties in het productinformatiemanagement-proces. Zo voorkomt u dat er dubbele werkzaamheden voor het verkrijgen van productinformatie uitgevoerd worden en productinformatie tijdig beschikbaar is voor ieder individueel (verkoop)kanaal.

5. Minimaliseer de zichtbaarheid van onnodige velden

Het hebben van een proces voor productinformatie, betekent nog geen succes in de realiteit. In de realiteit moeten verschillende specialisten informatie toevoegen en beheren voor het completeren van productinformatie voor een product. Een belangrijk onderdeel van het productinformatiemanagement-proces is dan ook het zo efficiënt mogelijk inrichten van het productinformatiemanagement systeem. Val medewerkers niet lastig met onnodig lange formulieren en pagina's, waarop zij moeten zoeken naar de specifiek voor hen interessante onderdelen. Toon alleen invoervelden die voor hen relevant zijn. Op deze manier kan iedereen informatie van zijn specifieke onderdeel of expertise direct invullen zonder rekening te houden met het zoeken naar de juiste velden. U vergroot zo het draagvlak voor het proces, u minimaliseert de tijd besteed aan het zoeken naar de juiste informatie velden. Daarbij minimaliseert u direct de invoer van foutieve data. U voorkomt immers dat medewerkers informatie invullen in de verkeerde velden.

6. Realiseer een werkproces met zo min mogelijk afhankelijkheden

Vaak is een belangrijk doel van het realiseren van een goed ingericht PIM-proces om de marktintroductietijd van producten te verkorten. Dit kan alleen als u het gehele werkproces goed in kaart heeft. Bedenk waar informatie vandaan komt, in welk format, hoe u deze informatie het snelst kunt verwerken en welke medewerkers bepaalde informatie nodig hebben.

Ga vervolgens na welke fases er zijn en in welke fase bepaalde informatie in bepaalde formats nodig is. In de onboardingfase van een product heeft u bijvoorbeeld formaten, gewicht, kleuren, productfoto's en productbeschrijvingen in meerdere talen nodig.

Stel vervolgens een werkproces op waarbij afhankelijkheden worden geminimaliseerd en specialisten niet op elkaar hoeven te wachten met de invoer van productinformatie. Bedenk ook hoe u bepaalde stappen kunt automatiseren zodat u niet steeds informatie hoeft te kopiëren en te plakken. Een PIM-systeem zoals Akeneo heeft hier zelfs bepaalde oplossingen voor. Zo realiseert u een zo kort mogelijke marktintroductietijd.

7. Bepaal de juiste minimale criteria voor een product om ‘ready-for-sale’ te zijn

Het gehele productinformatieproces kan een langdurig proces zijn. Waar binnen productinformatie-management een volledige productervaring (PXM) wordt gecreëerd door zo veel mogelijk informatie en rijke content toe te voegen aan een product, wordt niet altijd stilgestaan bij de time-to-market van producten. Eén van de PIM-valkuilen in het beschikbaar voor verkoop maken van een producten, is dan ook het zo veel mogelijk informatie toevoegen voordat het product beschikbaar wordt gemaakt voor de consument. De time-to-market van producten kan hierdoor zeer lang worden. Het is daarom essentieel dat u inzicht en grip krijgt op de marktintroductietijd van producten. Zorg voor de juiste balans in de marktintroductietijd en de initieel gecreëerde productervaring. Dit kunt u bereiken door per productgroep aan te merken welke informatie minimaal beschikbaar moet zijn voordat een product beschikbaar is voor verkoop op een kanaal of een printcatalogus. Worden producten ook aangeboden in het buitenland? Ga dan na of een product in alle talen verrijkt dient te zijn, of dat vertalingen ook toegevoegd kunnen worden na het beschikbaar maken van het product. Breng prioriteiten aan en plaats het invoeren van data op de juiste plek in het productinformatiemanagement-proces.

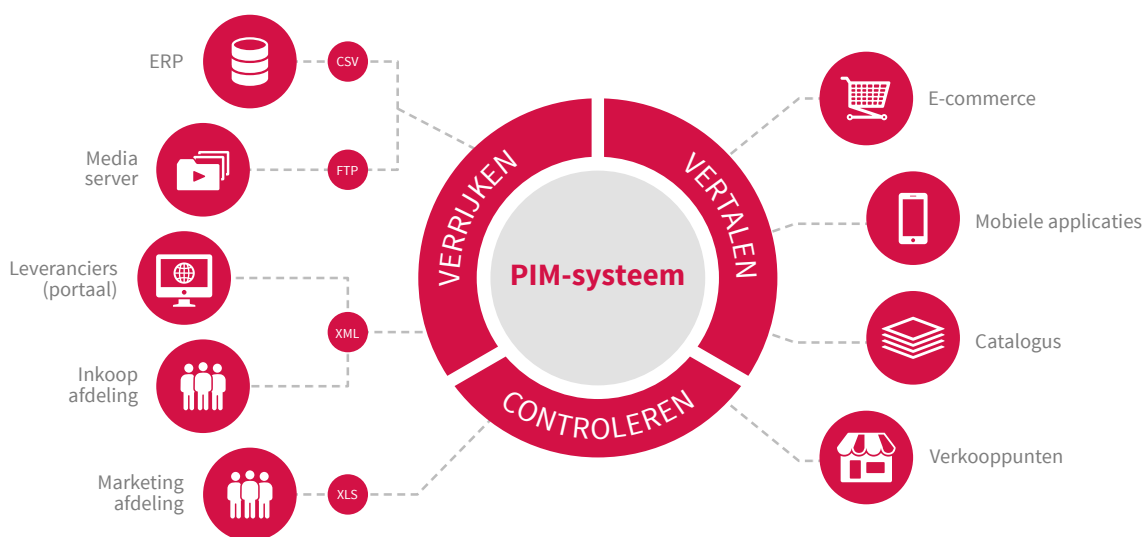
8. Ga aan de slag met een PIM-systeem

Maak gebruik van een systeem specifiek geoptimaliseerd voor het invoeren, verrijken en controleren van productinformatie. Een PIM-systeem zoals Akeneo biedt een geoptimaliseerde gebruikerservaring en geavanceerde functionaliteiten om het productinformatiemanagement-proces te optimaliseren, data invoer te minimaliseren, foutieve data te voorkomen. Krijg daarnaast direct inzicht in de status van de catalogusverrijkingen en behoud controle over de voortgang door het definiëren van projecten met hieraan gekoppelde deadlines.

Dit is wat u met PIM-systeem kunt doen

Met een PIM-systeem kunt u:

- De rechten en rollen definiëren van medewerkers binnen uw organisatie
- Relaties managen tussen producten en categorieën
- Productinformatie centraliseren
- Eenvoudig productexports configureren
- Importeer data van partners, Excel en andere databronnen
- Geautomatiseerd productinformatie verspreiden naar uw webshop, verschillende marktplaatsen en andere kanalen (zie afbeelding 3)
- De voortgang van het invoeren van productinformatie monitoren
- Afbeeldingen, documenten (PDF's) en video's plaatsen bij de productinformatie
- Projecten creëren met individuele deadlines



Afbeelding 3: een PIM-systeem sluit u eenvoudig aan op verschillende databronnen

Meer weten over PIM-systemen

- [Lees in deze blog wat een PIM-systeem is](#)
- [Hoor in deze webinar-opname 5 redenen voor het implementeren van een PIM-systeem](#)
- [Lees in deze blog over de grootste pijnpunten van productinformatie \(PIM\)](#)
- [Lees in deze blog waarom productinformatie steeds belangrijker wordt, ook in B2B](#)
- [Lees in deze blog hoe je met een PIM-systeem de strijd wint om de beste gebruikerservaring](#)
- [Lees in deze blog meer over de toekomst van PIM](#)