



twoday

36 spørsmål for å
kickstarte ditt
PIM-prosjekt

Introduksjon

Ønsker du å formidle produktene dine i nye kanaler, som for eksempel TikTok eller Snapchat? Ønsker du å nå nye kundegrupper, eller å fortelle hvorfor dere valgte å formidle akkurat dette produktet?

For at du skal kunne formidle et produkt, holder det ikke bare å dele teknisk data, men også hva denne betyr for den som handler. Produktdata kan være kjøpshjelp, inspirasjon, det kan være akkurat det som skiller ditt produkt fra alle andres.

Er dine produktdata spredt utover forskjellige systemer, avdelinger og formater? I så fall er det på tide å samle alt i et PIM-system for mer lønnsom vekst! Et annet poeng med PIM er at vi kan flytte inspirasjon og markedsføring fra generelle landingssider og inn på hvert enkelt produkt ved

hjelp av smarte attributter, regler, automasjoner og struktur.

Men hvorfor trenger du et PIM-system for å oppnå lønnsom vekst? Fordi kundene dine (og deres kunder) foretrekker å gjøre research (og kjøpe) på nett i de aller fleste tilfeller. Det betyr at du må gi forhandlerne, selgerne og kundene dine riktig produktdata.

Når du skal samle, standardisere og dele produktdata, har du to valg: Enten å investere i et PIM-system eller å ansette flere folk når veksten til bedriften din tar fart.

Bruk disse 36 spørsmålene for å identifisere behov og komme i gang med PIM-prosjektet ditt på en god måte.



Slik bruker du sjekklisten

Er du midt i et PIM-prosjekt eller skal du begynne et? Da bør du bruke denne sjekklisten for å danne deg det aller beste grunnlaget for prosjektet. Med 36 spørsmål fordelt på 4 temaer, hjelper sjekklisten deg med å identifisere hvilke PIM-behov din bedrift har.

Lykke til!

Product Information **Management**

Innhold

- 02 Introduksjon
- 04 11 spørsmål som avdekker om du har et PIM-behov
- 05 12 spørsmål som hjelper deg å lage en business-case for ditt PIM-prosjekt
- 06 5 spørsmål som hjelper deg å velge rett PIM-plattform
- 07 12 spørsmål som forbereder deg til PIM-analysen

11 spørsmål – ditt behov for PIM

1. Har du produkter på flere språk?
2. Har du mange problemer du behøver å strukturere?
3. Opplever dere inkonsekvens i dataen deres, slik at dere ikke kan bruke feltet i markedsføring?
4. Er produktene dine komplekse å beskrive?
5. Er dere flere personer i bedriften din som jobber med produktdata?
6. Opplever du økte krav fra kunder om dine produktdata?
7. Bruker du mye tid på å sende data til kundene dine?
8. Har du ambisjoner om å etablere en nettbutikk eller annen netthandel?
9. Har du ofte problemer med å finne produktdata og bruker mye tid på det?
10. Mangler du et raskt overblikk, for eksempel om det mangler beskrivelser eller bilder?
11. Har du ambisjoner om å automatisere produksjonen av prislister, datasheets eller kataloger?

Hvis du primært svarer "ja", har du et tydelig PIM-behov.



12 spørsmål – lag deg en business case

1. Hvor mange timer bruker dere i dag på å opprette produkter eller skrive inn leverandørdata?
2. Hvor mye tid bruker dere på å oppdatere produktdaten deres ved endringer?
3. Opplever dere at det er vanskelig å få oppdatert alle kilder med rett data?
4. Hvor mange timer bruker dere i dag på å finne og berike produktdata?
5. Hvor mange timer bruker dere i dag på å levere data til kunder?
6. Hvor mange timer bruker dere i dag på å lage prislister, datasheets og kataloger?
7. Hvor stor prosentandel av disse timene forventer dere å kunne spare med PIM?
8. Hvilke indirekte kostnader påvirkes i dag av at dere leverer mangelfulle data?
9. Hvilke oppgaver skal dere selv løse i forbindelse med etableringen?
10. Hvilke oppgaver skal dere selv løse i forbindelse med analysen?
11. Hvor mange timer skal dere bruke på å finne og “vaske” eksisterende data?
12. Hva koster PIM (både etablering og drift)?

Hvis du kan svare på disse spørsmålene selv, er du faktisk flinkere enn de fleste. Hvis ikke, så er du hjertelig velkommen til å ta kontakt med oss. En enkel telefonsamtale kan ofte gi deg det du trenger for å komme videre med din business-case.



5 spørsmål – velg en passende PIM-plattform

1. Hvilken bransje jobber du i?
2. Hvor omfattende og avansert er dine produktdata?
3. Hvem skal jobbe med ditt PIM - hvor IT-sterke er de?
4. Hvilke systemer skal ditt PIM kobles med?
5. Hvilket budsjett har du til rådighet?

Klarer du å besvare disse spørsmålene, har du et godt utgangspunkt for å starte jakten på den perfekte plattformen for deg og din bedrift.

Hvis du er i tvil om hva disse spørsmålene innebærer, eller hvorfor de er vesentlige for valg av plattform, er du velkommen til å ta kontakt med oss, så forklarer vi.

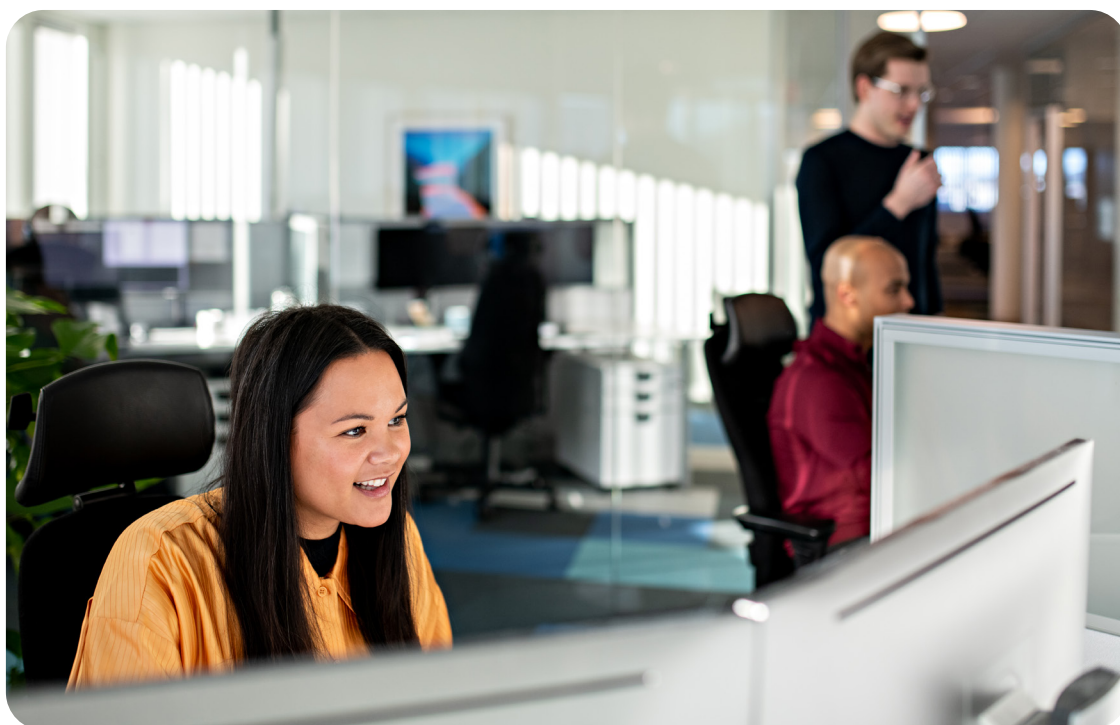


12 spørsmål – forberedelser til PIM-analyse

1. Hva ønsker du å oppnå med etableringen av PIM?
2. Hvilke problemer ønsker du å løse?
3. Hvilke muligheter ønsker du å skape?
4. Hvilken kanal/kanaler leverer du data til i dag?
5. Hvilke kanaler forventer du å bruke i fremtiden?
6. Hvilke data krever de enkelte kanalene?
7. Hvor ligger din data plassert i dag?
8. Hvordan er arbeidsfordelingen i mellom dine dataplattformer?
9. Hvem i organisasjonen jobber med de enkelte kanalene?
10. Hvordan er prosessen for å opprette og lansere produkter i dag?
11. Hvordan utformes produktet, og av hvem?
12. Hvordan videreutvikles det, og av hvem?

Dersom du kan svare på flere av disse spørsmålene er du godt rustet til å gjennomføre en PIM-foranalyse. Hvis ikke, har du et stykke forarbeid igjen som må løses, før du går i gang. Og det kan vi naturligvis hjelpe deg med.

Ønsker du å dykke lære mer om PIM, les gjerne våre artikler om [hva PIM er](#), og hvordan du [enklere kan bytte nettbutikk med PIM](#).



twoday **hjelper deg** med PIM

Vi i twoday vet at utfordringer med grunndata og det å skape god produktinformasjon ikke er gjort i en håndvending. Derfor er vår jobb å bistå deg, ikke bare med å implementere et system, men også hvordan dere jobber, effektivisere prosesser og til slutt skape gode produktopplevelser.

For det er det det handler om. Vi er forbi det stadiet da det holdt å si at varen er 10 cm lang og plommerød. Vi må bruke produktdata for å gi forbrukerne akkurat den informasjonen de behøver, og også skape en opplevelse, en forståelse for at det er akkurat det produktet jeg leter etter!



Om twoday

Vi er twoday – en internasjonal virksomhet med mer enn 2 200 mennesker som ønsker å gjøre en forskjell. Vi bygger sterke merkevarer gjennom lønnsomme, digitale kundereiser.



twoday bygger **sterke merkevarer**
gjennom lønnsomme, digitale
kundereiser