



Därför behöver du ett  
PIM-system för din  
e-handel



# \_Intro

Dagens kunder har skyhöga förväntningar på dina produkter. Informationen ska vara korrekt och enhetlig, bilder och filmer ska vara högupplösta, mått ska stämma på millimetern – och det ska gå att hitta både recensioner och kundbetyg i anslutning till produkten. För dig som driver e-handel är det därför ett måste att ha bra överblick och koll på ert sortiment – för att kunna leverera det kunderna efterfrågar.

Samtidigt är hela den interna arbetsprocessen kring produkthantering ofta en stor utmaning. Ett effektivt system som samlar all information och data på samma ställe hjälper dig att strukturera texter, bilder, video och annat innehåll om produkterna – så ni kan skapa en så bra kundupplevelse som möjligt. För att lyckas är det ett kompetent PIM-system du behöver!

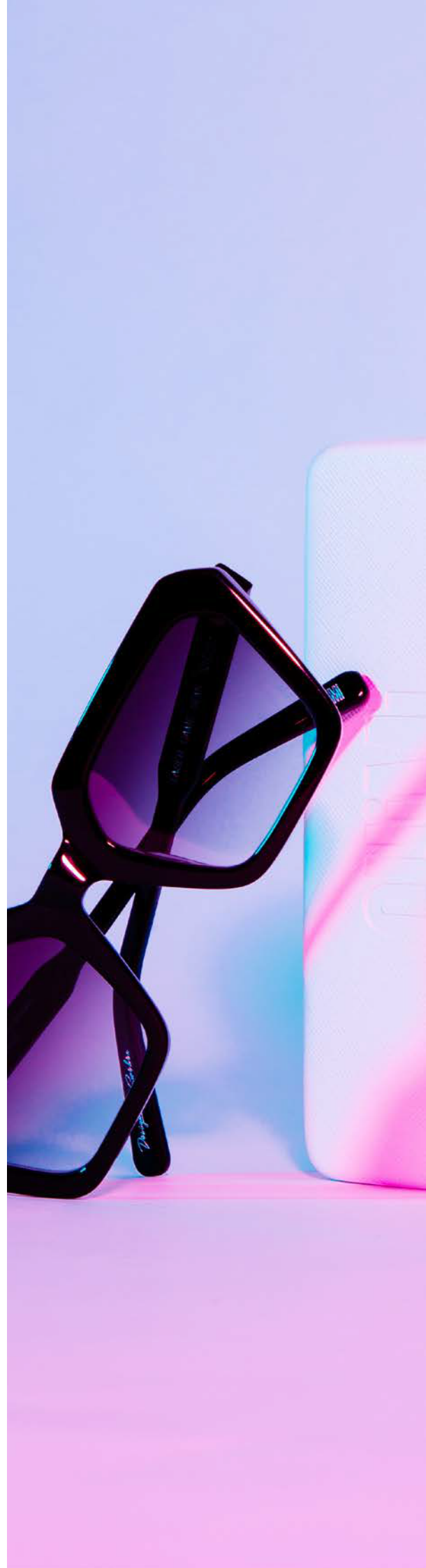
I den här guiden beskriver vi fördelarna med PIM, hur du kan arbeta med det rent praktiskt och varför ett riktigt bra PIM-system kommer att förändra produkthanteringen i din e-handel för all framtid.

PIM, Production Information Management, innebär att på ett metodiskt och tydligt sätt samla in information om och presentera företagets produkter digitalt. Syftet med PIM är att få en central produktkatalog som visar upp hela sortimentet på ett enhetligt och attraktivt sätt – och som i slutändan driver dina besökare till köp och skapar en positiv kundresa.

# Förväntningar och utmaningar med produkthantering

Under många år har det varit viktigt med bra produktinformation framför allt i form av en beskrivande text och tydliga bilder. Idag ser kraven annorlunda ut – både från dig som e-handlare men framför allt från dina kunder. Bilder, filmer och beskrivningar måste vara professionella och likadana i samtliga kanaler – och recensioner och kundbetyg är idag ett nästan lika stort måste som en korrekt manual eller produktspecifikation.

En utmaning gällande produktinformation är att den ofta kommer från ett stort antal källor. En fotograf sitter på bilder, en produktionsbyrå har filmer, produktleverantören har textbeskrivningar, tillverkaren tillhandahåller mått- och materialinformation – listan går att göra oändlig.





Ju mer information som finns att tillgå, desto större chans har du att presentera produkterna på ett attraktivt sätt som tilltalar kunden och lockar till köp. Du som däremot saknar ett system eller verktyg för att hantera själva produktinformationen har ofta svårt att få överblick och kan inte arbeta med sortimentet på ett strukturerat sätt. Detta kan i sin tur resultera i dubbelarbete, att saker görs i fel ordning och att information är felaktig eller saknas helt när produkter väl publiceras.

**“Förväntningarna är skyhöga på att informationen ska vara korrekt och likadan överallt [...] och att det ska gå att hitta både recensioner och kundbetyg i anslutning till produkten.”**



# Traditionell produkthantering är ofta statisk och svårjobbad

Inte alla företag som bedriver e-handel använder ett dedikerat verktyg eller PIM-system för sin produkthantering. Vissa mindre företag hanterar fortfarande sina produkter rakt upp och ner i ett excel-ark, vilket snarare kan liknas vid en klassisk databas – som ofta är helt omöjlig att arbeta med dynamiskt. Många förlitar sig också till stor del på sitt ERP (enterprise resource planning) eller affärssystem, där de kan administrera stora delar av företaget – såsom orderhantering, försäljning, inköp, lagerhantering och budget. Även pris, artikelnummer och annan produktdata går att lagra i affärssystemet. Däremot är ett ERP inte anpassat för att strukturera och distribuera stora mängder data eller för att utöka produkterna genom att lägga till information för försäljning och marknadsföring. Ett stort sortiment kommer därför inte alls tillräta i ett ERP.

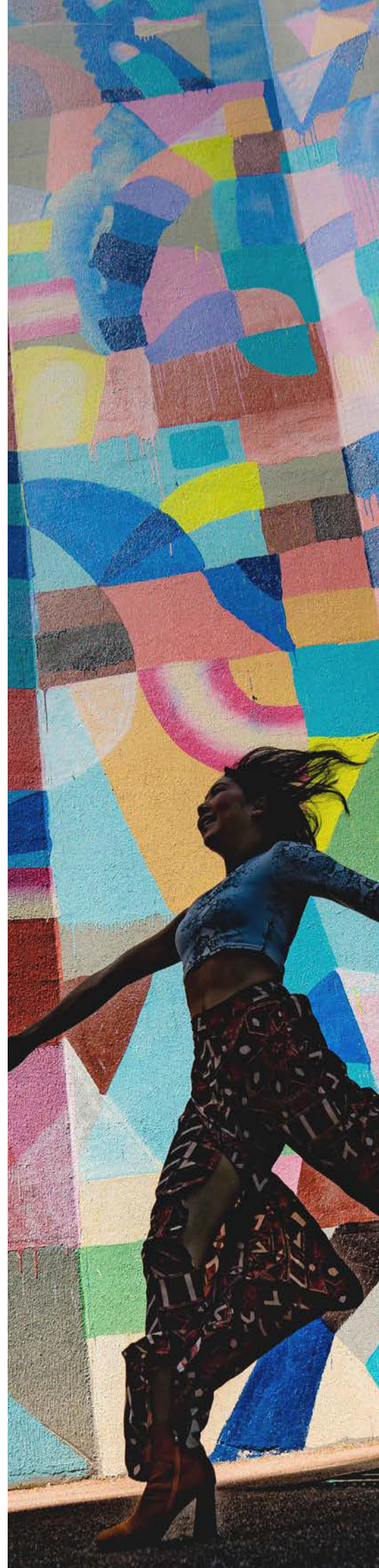
Traditionell produkthantering leder till en statisk produktkatalog där det inte går att påverka eller berika produkterna med mer information än vad systemet tillåter. Så fort det blir mer komplext och fler kanaler och marknadsplatser kommer in i bilden blir det svårt att få till dynamiken. Det är här ett PIM-system blir ett nödvändigt, outhärligt verktyg.



# Effektivare internt arbete med PIM

Med ett välfungerande PIM-system får du full kontroll över din produktinformation och säkerställer att den stämmer såväl på webben som i fysisk butik, kataloger eller på marknadsplatser. Det blir lättare att presentera sortimentet på ett sammanhängande och attraktivt sätt i alla kanaler, samtidigt som du kan berätta mer utförligt om varje produkt utan att egentligen behöva lägga ner mer arbete på det. Genom att involvera både interna och externa intressenter i arbetet med produkthantering får du in korrekt data och information som hjälper till att forma ditt sortiment – produkt för produkt. Mycket av arbetet går dessutom att automatisera då PIM-systemet exempelvis kan hämta in information direkt ur databaser från tillverkare.

Genom att börja arbeta med produktinformation i ett PIM-system kan ni både förkorta det interna arbetsflödet och time-to-market för varje produkt. Ni sätter helt enkelt upp en arbetsprocess som präglar varje produkt – från att den hämtas in från affärssystemet till publicering i webbshopen till exempel. Längs resans gång involveras till exempel content managers, fotografer och personer som ansvarar för att priset blir korrekt och att produkten publiceras på rätt ställen.



# Öka lönsamheten och stärk kundupplevelsen på samma gång

En effektiviserad arbetsprocess medför många fördelar för dig som driver e-handel. Genom att strukturera och automatisera arbetet med produktinformation kan du spara både tid och kostnader som manuellt arbete tidigare inneburit. Samtidigt kan du lägga större resurser på att exempelvis ta fram mer, optimerat content kring dina produkter eller göra A/B-tester för att ta reda på vad som genererar bäst konvertering eller minimerar återköp. Ju effektivare ni blir internt – desto högre lönsamhet, helt enkelt!

## Detta tjänar du på att arbeta med PIM

- Det interna arbetet blir smidigare när ni kan hantera all produktinformation centralt och alla vet vad de ska göra i vilken ordning.
- PIM ger kontroll och överblick över hela sortimentet och det blir enklare att berika varje produkt med unik och kvalitativ information.
- En strukturerad presentation av alla produkter, oavsett kanal, ger en bättre kundupplevelse och ökar chansen till konvertering.
- PIM hjälper konsumenten att hitta och välja rätt – vilket både ökar kundnöjdheten, minimerar belastningen på kundservice och kan minska antalet returer.



# Så börjar du jobba med PIM i din e-handel

Om du funderar på att implementera PIM i din verksamhet är det ofta värdefullt att ta kontakt med en expert. För att påbörja arbetet är det nämligen viktigt att i första hand se över er organisation och granska hur de olika processerna kring produkthantering ser ut idag. Det bör fördelaktigen vara marknadsavdelningen som äger frågan och arbetet kring PIM, eftersom produkthantering går hand i hand med marknadsföring och försäljning. Det är samtidigt viktigt att bena ut sortimentet, vilka produkter ni har och varifrån er data kommer. Utifrån detta blir det enklare att rita upp en karta över hur flöden och arbetsprocesser skulle kunna förändras till det bättre med hjälp av ett bra PIM-system.

Vi på Ateles, till exempel, har länge jobbat med att implementera PIM för olika verksamheter och har samlat på oss stor erfarenhet av att identifiera utmaningar och skapa förbättringar gällande hanteringen av produktinformation.



# Hur väljer jag PIM-system?

Att välja PIM-system kan vara en utmaning, men bör till stor del basera sig på förutsättningarna som finns i företaget. Vissa är av åsikten att arbetsprocesserna bör anpassas efter PIM-systemet man väljer, andra anser att PIM-systemet bör följa arbetsprocesserna. Vissa system är mycket mer standardiserade än andra, vilket därmed gör det svårare att forma efter sina egna rutiner. Tvärtom finns det också möjlighet att bygga upp ett PIM helt efter verksamheten – men utan optimala rutiner internt kanske inte PIM-systemet hjälper till så mycket som man vill.

Best practise är helt enkelt en blandning! Utgå från er verksamhet i första hand – hur arbetar ni idag? Skulle ni kunna förändra processer så att de stärks ytterligare av PIM-systemet? Därefter kan ni få hjälp av en expert att forma verktyget så att det lilar på bästa sätt med ert valda upplägg. Vi rekommenderar PIMCore – ett flexibelt och öppet verktyg som passar både enklare upplägg som mer komplexa strukturer med många integrationer, exempelvis.

## 5 fördelar med ett bra PIM-system

- Enhetlig och inspirerande presentation av hela sortimentet
- Förbättrad och utökad produktinformation med unik data kring varje produkt
- Dynamisk produktinformation som går att anpassa efter olika marknader och sammanhang
- Användargenererad data där kunderna själva delar med sig av sin upplevelse kring produkterna ifråga
- Smartare arbetsprocesser som effektiviserar det interna arbetet och förkortar time-to-market



# Förbättra köpresan och stärk din affär på lång sikt

Genom att både ha god kunskap om sina kunder och sina produkter finns stora möjligheter att lyckas förstärka sin affär på flera olika sätt genom PIM. När målet för ert arbete med produktinformation är att skapa och behålla nöjda kunder, så kommer ni löpande att optimera era processer och hitta nya möjligheter som lyfter era produkter än mer.

Dagens kunder förväntar sig att helt friktionsfritt kunna röra sig mellan kanaler och plattformar och alltid ha tillgång till samma information kring produkterna. Genom att hela tiden förmedla samma sak i alla kanaler skapar ni en tydlighet i kommunikationen, samtidigt som ni stärker bilden av ert varumärke som pålitligt och trovärdigt. På detta sätt bidrar ni till att hela tiden stärka kundresan och kontinuerligt skapa nöjda och lojala kunder.



**cag**  
**g**