

PIM als Single Point of Truth

Effizient kommunizieren

Integrierte Product Information Management-Systeme bieten als Single Point of Truth im Rahmen des Product Lifecycle Management Vorteile für die Absatzwirtschaft. Mithilfe multilingualer, standortübergreifender, automatisierter und intuitiv bedienbarer Oberflächen ermöglichen moderne PIM-Lösungen effizientes Arbeiten und automatisierte Informationsbereitstellungen.

Durch die zunehmende Digitalisierung der gesamten Wertschöpfungsketten von der Planung über die Produktion bis zum Point of Sale stehen Unternehmen und Dienstleister immer stärker unter dem Druck, ein effizientes Product Lifecycle Management (PLM) zu führen. Dies gilt vor allem für die Bereitstellung, Verwaltung und Ausspielung von Informationen und Daten in allen Prozessschritten durch in sich greifende IT-Systeme. Untereinander nicht kompatible Verwaltungssysteme schränken reibungslose Planungs-, Produktions- und Vertriebsprozesse ein und stellen einen hohen Verwaltungsaufwand dar. In der Folge kommt es schneller zu Fehlern oder Mitarbeiter greifen auf alte oder unzureichende Daten und Informationen zu.

Daten und Kanalvielfalt in Echtzeit im Griff behalten

Um Produkt-Stammdaten wie Form, Maße, Farben, Material, Funktionen und vieles Weitere von der Planung bis zum Absatzmarkt einheitlich zu verwalten und zielgerichtet für die Kundenkommunikation bereitzustellen, ergänzen Product Information Management-Systeme (PIM) das PLM sinnvoll. Dies gilt sowohl für eine effektive Ausspielung aktueller Daten und Informationen innerhalb des Unternehmens als auch für Absatzkanäle wie E-Shops, Kataloge, Flyer, Bedienungsanleitungen, Handbücher und viele weitere Kanäle.

Werden neue oder geänderte Produktdaten aus dem PLM aufgrund bestimmter Parameter automatisch direkt in ein PIM oder über das ERP übernommen, bedeutet dies keinen Aufwand für Mitarbeiter – ganz im Gegenteil. Mithilfe multilingualer, standortübergreifender, automatisierter und intuitiv bedienbarer Oberflächen ermöglichen moderne PIM-Lösungen effizientes Arbeiten und automatisierte Informationsbereitstellungen, selbst für Mitarbeiter ohne tiefe IT-Kenntnisse. Dies entlastet nicht nur IT-Abteilungen und liefert Unternehmen einen Vorteil, die keine IT-Administratoren inhouse beschäftigen, sondern verkürzt Prozesse der Informationsbereitstellung und Verbreitung und minimiert Fehlerquellen, wie sie bei manueller Verwaltung entstehen können. Wirtschaftlich ist dies vor allem am Point of Sale ein Vorteil, denn durch Bereitstellung validierter Daten kommen beim potenziellen Kunden einheitliche Fakten an, was den Kaufprozess beeinflusst. Insbesondere durch die Vielzahl an Kanälen, über die Unternehmen heutzutage ihre Produkte in den Markt bringen, ist eine einheitliche Ausspielung maßgeblich wichtig für Kundenvertrauen in das jeweilige Produkt – denn unterschiedliche oder unzureichende Angaben erzeugen Unsicherheiten, mindern das Vertrauen in ein Produkt und nehmen so negativen Einfluss auf die Kaufentscheidung. Doch auch den Einfluss von Social Media, Blogs und Portalen dürfen Unternehmen nicht ignorieren, denn Anmerkungen und Feed-

backs von Kunden bieten große Chancen zur Verbesserung von Produkten, Dienstleistungen und Service. Die auf Basis der Verbesserungen neuen beziehungsweise angepassten Informationen gelangen dann im Gesamtsystem schnell von der Quelle, zum Beispiel dem PLM, über das PIM in die Kommunikationskanäle, wie beispielsweise Web oder Print.

Eine Quelle für viele Ziele

Dabei fungiert ein modernes PIM als Single Point of Truth, um in der externen, aber auch internen Kommunikation über einheitliche Daten und Informationen zu verfügen. Zudem ermöglicht die Datenverwaltung mittels PIM eine Vereinfachung und Zeitersparnis dank automatisierter Prozesse sowohl bei der Datenverwaltung als auch -auspielung. Grundsätzlich basieren die Vorteile bei der Verwendung eines PIM darauf, dass die Produktdaten, sobald sie einmal elektronisch im Gesamtsystem vorhanden sind, ohne Medienbruch weiterverarbeitet werden können. Die Datenbereitstellung und -verwaltung setzt dabei auf unterschiedlichen Ebenen an und lässt sich in unterschiedliche Gruppen teilen. So liefern Basisdaten Informationen zu Produktnummern, technischen Daten, Formen, Größen und so weiter, wohingegen kaufmännische Daten beispielsweise Preise, Preisgruppen sowie Gültigkeiten betreffen und Marketingdaten Medien, Texte und Layoutvorlagen enthalten. Durch detaillierte Berechtigungen ermöglicht das Pirobase Imperia PIM, den Zugriff auf die Daten sehr granular auf die Bedürfnisse der Nutzer und ihrer Use Cases einzustellen. Dies ist standortübergreifend und natürlich mehrsprachig möglich. Dabei sind die Daten im PIM den Kundenbedürfnissen entsprechend strukturiert und können regelbasiert in den entsprechenden Kanälen benutzt werden. So kann festgelegt werden, dass auf einer Produktseite das Produktbild immer oben links dargestellt wird, der Produktname rechts daneben und der Text zum Produkt direkt unter dem Namen. Workflows vereinfachen und unterstützen Arbeitsaufträge zusätzlich. Für den Export von Daten stehen zur effektiven und zielgerichteten Ausleitung Optionen zur Verfügung, Daten nach Verwendungszweck



Bild: ©carloscastilla/fotolia.com

Zur einheitlichen Datenpflege und -nutzung im Product Lifecycle Management können moderne Product Information Management-Systeme einen erheblichen Beitrag leisten.

zu filtern und hierarchische Strukturen (Kataloge) zu definieren.

Bedarfsgerechte Datenauspielung

Dabei erfolgt der Zugriff auf Informationen von Mitarbeitern im PIM stets über entsprechende Rollen- und Rechtekonzepte, die den Workflow unterstützen, dabei aber die Datenvollständigkeit und -aktualität nicht durch unberechtigte Veränderungen gefährden. Über Validierungsregeln erhalten Nutzer im Pirobase PIM bei der Eingabe neuer Daten Fehleranzeigen, sollten die Daten nicht den festgelegten Regeln entsprechen. Daten, deren Hoheit in anderen Systemen, wie ERP, PLM oder ähnlichen, liegt, können automatisch von dort übernommen werden und stehen dann im PIM zur Verfügung und müssen nicht mehr von Mitarbeitern zusammengetragen werden, um sie dann im PIM zu pflegen. Dies spart Zeit, Mitarbeiteraufwand sowie Kosten und schafft gleichzeitig Vorteile für eine erfolgreiche und schnelle Kundenkommunikation.

Der Automatisierungsgrad des Zielkanals hängt dabei vom Kanal beziehungsweise dem Ziel ab. So liegt der Automatisierungsgrad für eine Website in der Regel bei 100 Prozent. Dies gilt ebenfalls für elektronische Kataloge und Datenblätter. Bei größeren Printwerken (Broschüren, Kataloge) hängt es von dem Automatisierungsgrad der Templates ab. Faktoren, die hier eine Rolle spielen, sind zum Beispiel Positionierung der Elemente, Verhalten oder Optimierung bei Sprachtausch. Zur einheitlichen Datenpflege und -nutzung im PLM leisten moderne PIM-Systeme einen erheblichen Beitrag. Automatisierungen und Validierungen steigern nicht nur die Qualität der letztendlichen Außenkommunikation, sondern unterstützen innerhalb eines Unternehmens viele Abläufe, wodurch Zeit, Kosten und Ressourcen gespart werden. ■

Der Autor Matthias Kant ist Geschäftsführer der Pirobase Imperia GmbH.

www.pirobase-imperia.com