



Les enjeux de

L'INFORMATION PRODUIT



HYPERCOMM
PLUS QU'UN PIM !

IV. LES BÉNÉFICES ATTENDUS

Du point de vue de l'entreprise, avoir des informations complètes et précises pour les clients dépend de la qualité des informations contenues dans les descriptifs.

Du point de vue du client, les informations complètes comparatives rassurent et fidélisent. La reproductibilité et l'amélioration des activités et leur croissance dépendent d'une bonne qualité de l'information produit et engendre des processus métiers positifs.

Ce ne sont pas que des mots ! La bonne information produit dans une solution PIM permet de gagner en maîtrise et en rapidité.



1. EN PREMIER LIEU, DES BÉNÉFICES DE COLLABORATION

UN TRAVAIL FACILITÉ

L'intégration d'une solution PIM facilite le travail au quotidien des différents métiers et aide à remplir des missions plus globales et des activités à valeur ajoutée.

L'implication des personnes et des services qui bénéficieront des avantages représente des atouts en eux-mêmes. La valeur du projet sera tangible, cela aura un impact important pour lutter contre l'inefficacité causée par des erreurs et les multiples reprises.

LA SIMPLICITÉ D'UTILISATION

La solution PIM permet aux équipes de consacrer moins de temps à gérer des produits et à intégrer facilement de nouvelles références. Les produits peuvent être rapidement organisés, classés et partagés automatiquement.

Les équipes marketing peuvent générer des actions en masse pour enrichir et modifier l'information produit de façon globale et attribuer automatiquement des règles, des valeurs aux produits en groupes ou catégories.

Une performance décuplée avec moins de ressources, voilà la puissance du marketing omnicanal.

Dans le contexte actuel où l'environnement est hyperconcurrentiel, les challenges sont géographiques et les exigences sont différentes en fonction des canaux.

LES ÉCONOMIES DE RESSOURCES

La solution fournit aux équipes les moyens d'exporter simplement les descriptions de produits adaptées pour chaque plateforme et chaque canal.

Dans le cadre d'une conquête plus intensive de nouveaux marchés, le PIM révolutionne l'enrichissement de l'information et la localisation des produits.

Le processus traditionnellement manuel devient hautement automatisé et structuré, optimisé par les équipes géographiquement éloignées.

Les équipes peuvent se connecter à des outils de traduction, réviser ou approuver des informations localisées et publier ainsi tous supports dans de nouvelles régions.

Les utilisateurs travaillent au sein d'une même plateforme et la collaboration structurée apporte indéniablement une sérénité.

2. DES AVANTAGES MÉTIER

Le gain de cohérence pour l'ensemble de l'entreprise autant dans le traitement et la gestion des données produit, que sur l'ensemble de l'image de marque avec le même déploiement de charte graphique et des campagnes de communication.

La centralisation de l'information produit et la mise à jour régulière permettent de réduire les frais administratifs récurrents attachés à un travail fastidieux.



Le point de vue d'Hypercomm

« Chez Hypercomm, nous avons compris que notre outil est au cœur de votre productivité. C'est pourquoi, vous avez la possibilité de créer des règles, des workflows qui simplifieront votre utilisation de la plateforme ou bien vous permettront de rester en parfaite adéquation avec les process et habitudes de votre entreprise. »



L'automatisation des tâches répétitives par la rationalisation des processus, fournit des emplacements et des formats automatiques. Il suffit de remplir les champs manquants ce qui permet de valider simplement et de compléter plus facilement les informations.



La solution PIM permet aux équipes de consacrer moins de temps à gérer des produits et à intégrer facilement de nouvelles références.



La mise à disposition transparente et en temps réel des informations à l'ensemble des services représente un atout de rapidité que chacun peut s'approprier.

La prévention des erreurs avec la désignation de personnes clés ayant le contrôle et la régulation des données. Ainsi les informations sont exploitables par division et/ou processus métier sans aucune remise en question de l'origine de la source.

Le déploiement rapide des photos et images dans leur lieu de stockage et une mise à disposition immédiate à tous les niveaux de l'organisation.

Une gestion efficace ne se limite pas à la détection et la résolution des erreurs et des divergences, dues à la complexité croissante des entreprises et leurs systèmes.

3. LE TIME TO MARKET

Cette expression définit une course de vitesse afin de commercialiser un produit le plus rapidement possible. Porter une innovation, repérer une tendance, mettre en avant des produits en fonction de la saisonnalité, de la géographie afin de commercialiser plus vite et davantage.

La solution PIM participe à enrichir la valeur de l'ensemble de l'écosystème au-delà d'une solution technologique initiale. Elle fait émerger des services personnalisés à forte valeur ajoutée pour les clients et pour l'entreprise.

L'automatisation fournit les moyens dédiés à une accélération du produit vers les canaux de vente. L'outil aide à la rationalisation et ainsi le time to market prend tout son sens et son efficacité. Clairement le PIM associé au DAM est une solution de gestion pour garder l'avantage concurrentiel sur des marchés en perpétuelles évolutions.

3.1 DES BÉNÉFICES DE GAIN DE TEMPS

AVANT

Vous passez du temps à récupérer les données et les sécuriser.

Les informations viennent de sources différentes et les contrôles prennent du temps.

Vous subissez des difficultés à réagir rapidement sur le plan commercial.

Vous considérez les tâches fastidieuses, récurrentes et source d'erreurs.

Les échéances répétitives et les charges de travail se font au détriment de la qualité.

APRÈS

1. Une meilleure gestion des données s'impose pour une plus grande fiabilité des fichiers.

2. Disposer de tableaux de bord du plan global et maîtriser la gestion budgétaire de chaque opération.

3. Étudier les ventes en fonction des localisations, des saisonnalités et des capacités de développement de campagnes commerciales.

4. L'anticipation et le temps gagné sur la production permettent de s'investir pour plus de créativité, de collaborations ou sur d'autres missions.

5. Améliorer la visibilité et l'image de marque vis à vis des clients.

6. Faciliter l'ergonomie du travail / les modes projets avec les collaborateurs et au bénéfice d'économie des ressources.



La bonne information produit au sein d'un PIM permet cette accélération et industrialise les conquêtes. Les équipes de différents pays peuvent collaborer, enrichir, réviser et piloter en visualisant les temps estimés et sans problématique de décalage horaire.

La clé de réussite est que le produit décrit et présenté correspond aux attentes ! Pour cela, tout passe par la fiche produit vers le client. Étoffer au maximum les fiches produit pour anticiper les questions et éviter les retours.

3.2 DES BÉNÉFICES DE PERFORMANCE

Meilleure analyse
Meilleur ciblage
Plus de réactivité

AVANT

Le manque d'outil de pilotage ne permet pas le suivi des opérations.

Sans disposer de synthèse des chiffres de vente, vous ne pouvez être présent sur certains marchés et adapter au mieux localement.

Le temps consacré pour une campagne est long et mobilise le personnel, sans garantir la fiabilité des données. Des moyens techniques limités.

APRÈS

1. Analyser les temps passés sur chaque campagne et sur les lieux de vente pour optimiser les reportings produits.
2. Segmenter vos offres et vos cibles.
3. Favoriser la réactivité augmentée et les délais optimisés.
4. Améliorer les relations avec les fournisseurs.
5. Rendre autonome des acteurs commerciaux dans un modèle collaboratif.
6. L'adaptabilité et l'agilité du modèle économique créent une nouvelle chaîne de valeurs.

3.3 LE GAIN DE L'OMNICAL

AVANT

Difficile de rassembler les éléments collectés pour des supports papiers et web. La coordination des équipes freine.

Les contraintes techniques sont trop fortes.

Les cohérences graphiques ne sont pas toujours au point.

Peu de visibilité et de fluidité pour les déclinaisons des différents sites de vente.

APRÈS

1. Rassembler les données éparses et enrichir les contenus au fur et à mesure.
2. Maîtriser les flux d'informations et la multiplicité des médias : les supports de communication sont intégrés une fois pour toutes et les canaux peuvent ainsi être utilisés systématiquement.
3. Disposer en permanence et aisément des contenus et supports avec le bénéfice de l'immédiateté du digital.
4. Formaliser sans encombre des chartes graphiques en central et décliner en local automatiquement et sans défaut.



Le point de vue d'Hypercomm

« L'automatisation est la clé d'un gain de temps, c'est pourquoi il est possible d'automatiser la création de supports (catalogues, PLV), également la traduction de vos informations produits. De même, l'import et l'export de données peut se faire de manière totalement automatisée vers vos clients, fournisseurs, distributeurs... »



4. L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR VALORISANTE

Une fois la solution PIM adoptée, elle est quotidiennement utilisée par de nombreux utilisateurs à différents niveaux et selon les volumes générés et sollicités. À l'instar d'un système d'exploitation ou d'un système de gestion de fichiers, il faut souligner l'importance d'une solution intuitive et facile d'utilisation.

5. RESTEZ PROPRIÉTAIRE DE VOS DONNÉES

L'interface PIM fournit aux utilisateurs des indications précises quant aux différentes étapes à suivre et également sur l'état global du catalogue et/ou des supports en cours. Pas besoin de quoi que ce soit d'autre, type outils de gestion projet ou tableaux, si l'interface PIM proposée est bien adaptée. Pas besoin non plus de rechercher en externe ou faire appel à un prestataire, certaines solutions PIM permettent de rester entièrement propriétaire de vos informations en autonomie.



En fonction de ses besoins, l'utilisateur peut accéder à plus ou moins de services et à des fonctionnalités à la demande.



6. LA PERSONNALISATION

De nombreuses entreprises évoluent avec des processus et systèmes complexes pour l'acquisition, l'organisation et la commercialisation de leurs produits. Une solution PIM adaptée peut être réfléchie et implantée en complément des systèmes internes. L'outil doit s'adapter aux processus internes métiers et non l'inverse. L'expression des besoins particuliers nécessite le plus souvent une personnalisation approfondie des importations et exportations de données et des interfaces utilisateurs.

7. SÉCURITÉ & FLEXIBILITÉ DE DÉPLOIEMENT

Installer un PIM dans son centre de données ou dans le cloud se décide en fonction de sa stratégie informatique. L'essentiel est de choisir un PIM en capacité de prendre en charge l'option de déploiement appropriée et pouvant s'adapter à l'évolution de l'environnement informatique et les évolutions métier.

QUELQUES ÉLÉMENTS POUR Y VOIR PLUS CLAIR :

SUR SITE : l'entreprise déploie et gère toutes les applications et données sur ses propres serveurs généralement avec son propre pare-feu et une configuration et des compétences internes. Dans cette configuration traditionnelle, l'entreprise est responsable de sa maintenance et de l'infrastructure sous-jacente. Une option qui offre du contrôle interne mais qui est très gourmande en ressources informatiques.

PAAS PLATEFORME AS-A-SERVICE : l'application et les données sont hébergées par un tiers. En général, l'entreprise qui déploie la solution PIM assure la maintenance de l'application et des données et l'hébergeur tiers s'occupe de l'infrastructure sous-jacente. Une option qui permet un niveau de personnalisation des applications sans nécessité de ressources informatiques pour l'infrastructure de base mais l'évolutivité est à paramétrer au lancement.

SaaS Software-as-a-Service : la maintenance de tous les composants de l'application à l'infrastructure sous-jacente est assurée par l'éditeur de l'application. Cette option offre une certaine convivialité et exige des flexibilités. Elle assure une sécurité et un contrôle interne.

PARLONS SOFTWARE AS A SERVICE

Le marché du SaaS évolue et le monde professionnel reconnaît la performance de ce modèle. Les entreprises paient un abonnement pour accéder à un logiciel. Les questions de

sécurité ont été totalement levées et on observe une forme d'engouement notamment parce que la mise en place est très facilitée. Par ailleurs, quand de nouvelles applications sont déployées, tous les clients peuvent en profiter et il s'agit bien de l'objectif essentiel : le développement et l'adaptation en fonction des demandes et besoins des clients finaux.

UN FONCTIONNEMENT FACILITÉ

Une gestion en mode SaaS on pourrait dire qu'il s'agit d'un modèle de distribution de logiciel à la demande. Un fournisseur tiers héberge les applications et les rend disponibles pour ses clients par l'intermédiaire d'internet.

Les données des clients sont stockées soit localement ou chez eux. Les entreprises peuvent intégrer des fonctionnalités à d'autres logiciels avec des API et ainsi peuvent développer leurs propres outils logiciels et/ou utiliser l'API d'un autre fournisseur de service pour intégrer l'ensemble des outils à leur offre.

DES ATOUTS

Le coût d'acquisition du matériel est ainsi éliminé, au même titre que les coûts d'approvisionnement et de maintenance, de licence de logiciel, d'installation et de supports. Grâce à un logiciel SaaS, les entreprises n'ont plus besoin d'installer et de lancer des applications sur leurs propres ordinateurs ou sur leurs data centers.

Les utilisateurs souscrivent à une offre qui se présente sous la forme d'un abonnement mensuel dont le tarif est souvent proportionnel à l'utilisation.

Flexible, facile et précis ! Un autre avantage est la haute évolutivité. En fonction de ses besoins, l'utilisateur peut accéder à plus ou moins de services et à des fonctionnalités à la demande. Le logiciel en tant que service est donc adapté aux besoins propres de chaque business.

DES DIVERSITÉS MÉTIERS APPLICATIVES

On dénombre des applications SaaS pour de la gestion de ventes, la gestion de relations client CRM, la gestion des finances, les ressources humaines, la facturation et la collaboration. On trouve des applications dans le domaine du jeu vidéo Gaming as a Service. On parle de l'internet des objets qui se base sur ce type d'infrastructure logicielle afin de récolter les données et d'organiser leur lisibilité et fiabilité comme base de données.

DES OPTIONS SAAS OU IAAS

Les IaaS Infrastructure en tant que Service sont souvent le premier choix des entreprises qui souhaitent déplacer leurs données pour être stockées sur le cloud. Dans la pratique, les SaaS peuvent se révéler plus avantageuses. En effet en fonction de leurs applications, les entreprises peuvent économiser des ressources informatiques.

Le choix IaaS ou SaaS est structuré en fonction de leur activité principale.

Si une entreprise souhaite simplement utiliser une application sans y apporter de changement, elle peut se contenter de l'installer sur son infrastructure cloud. Si toutefois elle souhaite la mettre à jour ou la modifier, les SaaS peuvent être une solution plus adaptée pour éviter d'avoir à réécrire tout le code.

La migration d'applications revient en force pour les structures qui souhaitent externaliser des applications difficiles à gérer et à maintenir.

La croissance annuelle de ces marchés devrait se développer fortement dans les années à venir où pour l'instant



Le point de vue d'Hypercomm

« Depuis le début, nous sommes convaincu que les données sont les vôtres. Avec les bons droits, vous pouvez extraire toute la donnée de votre plateforme à tout moment en fonction de vos besoins et évolution. Vous êtes propriétaire des vos données. »



Le point de vue d'Hypercomm

« En SaaS, plus besoin de se préoccuper de la gestion du logiciel ainsi que des mises à jour. Nous opérons des évolutions constantes de la plateforme en fonction des besoins et idées que vous et nous rencontrons, et cela permet également de travailler de n'importe où. »

Microsoft est le 1er. Elle sera sans nul doute stimulée par les progrès de l'intelligence artificielle, des technologies analytiques et de l'internet de objets.

Chaque option de déploiement présente des partis pris. Lors d'un choix de déploiement le PIM envisagé doit être en mesure de répondre aux besoins de l'entreprise et à son évolution projetée.

Aujourd'hui les solutions PIM enregistrent un développement dans la mesure où contrairement aux initiatives plus onéreuses de gestion de données de référence qui sont pilotées par des équipes informatique, elles sont gérées par l'équipe métier, très souvent moins coûteuse et plus facile à déployer.

Par ailleurs, se donner des mesures des taux de conversion, de non retour et des satisfactions de la part des consommateurs restent la base d'une démarche probante.

8. UNE AUTRE FAÇON DE TRAVAILLER ENSEMBLE

Face à l'essor des SaaS, les professionnels doivent songer à la façon dont leur métier s'en trouve transformé.

Le travail collaboratif au sein de l'entreprise est à mettre en positif. Les modes de travail sont différents et très prisés aujourd'hui des professionnels aux modes de vie moins linéaires.

9. LES TROIS NIVEAUX DE RÉPONSE D'UN ENTREPRENEUR

1. Une meilleure efficacité dans l'organisation interne
2. Une réactivité pour son développement
3. Un gain de temps assuré et mesuré

Les entreprises ont bien repéré comment tirer parti de cette forme de plateforme dans leur processus d'innovation et nous disposons d'expériences dans ce domaine : le time to market d'abord et la croissance assurément.

Aujourd'hui un PIM représente une opportunité de croissance et permet de changer les règles du jeu en interne et en externe parce qu'il est l'opérateur garantissant de la bonne information produit.

Il permet aux petites et moyennes entreprises d'accéder à des services disponibles facilement, de raccourcir le temps de déploiement tout en maîtrisant les coûts d'implémentation, en s'affranchissant de coûts cachés qui créent des déséquilibres dans les structures.

Le PIM a transformé le statut de base de l'information centralisée vers des services intégrés permettant aux relations BtoB de structurer leurs processus de vente, resserrés autour de l'information produit et client.

Le PIM peut devenir le centre de cet univers des informations de l'entreprise.

Avec des systèmes connectés au PIM pertinents (ERP, fournisseurs, e-commerce, mobile, print et autres) l'information gagne en valeur.

Le PIM se démocratise parce qu'il est un moyen d'activer plusieurs leviers pour des entreprises issues de l'univers du retail ou de toute industrie qui cherche à accroître leurs ventes. L'outil et son développement permettent à moindre frais de personnaliser et d'ajuster des descriptions produits et des médias à chaque segment de la clientèle, mettre en avant des assortiments de produits ou des descriptions personnalisées.

Au travers de cette solution, les équipes gagnent en sérénité à structurer l'information et à collaborer autour de la donnée produit. Les clients sont plus ciblés dans les organisations. De fait cette dynamique met en place un enrichissement collaboratif des données tout en accompagnant la croissance de l'entreprise. ■



« On vous
accompagne ! »



accueil@hypercomm.fr

- 330, allée des Hêtres
- Hall A
- 69760 LIMONEST
- 04 81 91 46 99

hypercomm.fr

