Proč potřebujete PIM

Nástroj pro správu produktových dat

Lenka Vejrostová

Dnešní doba stojí na aktuálních informacích. A to je důvod, proč je důležité mít ve výrobních i obchodních firmách nástroj, který umožňuje centralizovat a z jednoho místa efektivně spravovat svá produktová data. Jedná se o software z kategorie PIM (Product Information Management) propojený s ERP systémem. Je navržen tak, aby podporoval různé role v rámci organizace, čímž zajišťuje, že každé oddělení může pracovat s přesnými a aktuálními produktovými informacemi v reálném čase.

Jak konkrétně může PIM pomoci jednotlivým rolím ve firmě?

Marketingové oddělení: rychlá a konzistentní správa dat

Pro marketingové manažery je PIM nástrojem, který umožňuje snadno vytvářet atraktivní marketingové a prodejní materiály a také je jednoduše aktualizovat napříč všemi prodejními kanály. Díky centralizované správě dat mohou marketingové týmy zajistit, že veškeré informace o produktech jsou konzistentní a aktuální, což je zásadní pro úspěšné vedení marketingových kampaní. PIM umožňuje automatizaci mnoha procesů, čímž šetří čas a minimalizuje riziko chyb, které mohou vzniknout při manuální správě dat.

Produktoví manažeři: snadné řízení produktového portfolia

Produktoví manažeři mají na starost nejen vývoj nových produktů, ale také jejich správu po celou dobu životního cyklu. PIM umožňuje snadné sledování všech změn a aktualizací, které se týkají produktových dat. Produktovým manažerům tak poskytuje nástroje pro rychlou reakci na změny na trhu. Typicky jde o přizpůsobení produktů různým oblastem a cílovým skupinám formou produktových variant. Správa je z jednoho místa i pro různé jazyky, s možností využít pro překlady worklflow.

Prodejní týmy: přístup k aktuálním informacím v reálném čase

Prodejní týmy potřebují rychlý přístup k přesným a aktuálním informacím o produktech, aby mohly adekvátně komunikovat se zákazníky a uzavírat obchody. S PIM mají prodejci vždy po ruce nejnovější data o produktech. Jednoduše řečeno, co obchodník zákazníkovi sdělí, to taky platí. Využívání PIM vede k vyšší spokojenosti zákazníků a lepšímu skóre uzavřených obchodů.

Logistika a sklady: optimalizace řízení zásob

Logistické týmy a pracovníci ve skladech potřebují přesné informace o dostupnosti produktů, aby mohli správně plánovat zásoby a minimalizovat náklady. Protože PIM poskytuje centralizovaný přístup k datům, umožňuje přesně plánovat dodávky a snižovat přebytky či nedostatky na skladě. To nejen zvyšuje provozní efektivitu, ale také přispívá k lepšímu řízení nákladů.

Výroba: zjednodušené výrobní procesy a vyšší kvalita

Také ve výrobě je samozřejmě nezbytné, aby všechny informace o produktech byly přesné a aktuální. Jedině tehdy výrobní procesy probíhají hladce a bez chyb. Kvalitní PIM umožňuje sdílet a synchronizovat produktové informace mezi různými systémy, jako jsou ERP, CAD, PLM nebo QMS. Také umožňuje snadno spravovat a sledovat změny produktů, verzovat a archivovat dokumenty, dodržovat normy a regulace a zlepšovat spolupráci mezi různými odděleními a dodavateli. Poskytuje výrobním manažerům přístup k důležitým datům, která jsou potřebná pro plánování a realizaci výroby. Zjednodušuje tím výrobní procesy, snižuje riziko zmetkovitosti a přispívá k vyšší kvalitě finálních produktů. A to je zásadní pro udržení konkurenceschopnosti na trhu.

Důležitá je možnost jednoduché integrace PIM

Každý nový software by měl být snadno integrovatelný do stávajícího ekosystému informačního řešení firmy. Dobrou

zprávou je, že kvalitní PIM nástroj na integraci s běžnými ERP systémy připravený je. Implementace tak není finančně ani časově náročný proces a ani náklady na IT podporu nepředstavují pro podnik zátěž. Stejně tak PIM umožňuje delegovat a kontrolovat oprávnění a přístup k produktovým informacím pro různé uživatele a role. Centralizace dat navíc zvyšuje bezpečnost a snižuje redundanci dat.

PIM není CPQ, i když mají něco společného

Možná už máte ve firmě zavedený jednoduchý konfigurátor, případně sofistikovanější nástroj CPQ (Configure, Price, Quote) a říkáte si, že PIM je pro vás zbytečný. Obě kategorie nástrojů je však potřeba od sebe odlišit. PIM slouží primárně k centralizaci, správě a distribuci produktových informací napříč kanály. Nástroje CPQ jsou navrženy pro automatizaci a optimalizaci procesu konfigurace produktu, stanovení ceny a generování nabídek.

PIM systémy jako například Perfion, který implementuje naše společnost, se zaměřují na zajištění přesnosti a konzistence dat o produktech ve všech prodejních a marketingových kanálech. To zahrnuje informace jako popisy produktů, technické specifikace, katalogy, obrázky, ceníky a další související data jak v interním systému, tak i na webových stránkách a e-shopech. PIM tak umožňuje firmám efektivně spravovat velké objemy informací a zajistit, aby byly vždy aktuální a přístupné všem relevantním stranám.

CPQ nástroje naopak pomáhají prodejním týmům automatizovat procesy spojené s konfigurací komplexních produktů, stanovením jejich ceny na základě různých parametrů a následným vytvářením přesných a rychlých nabídek pro zákazníky. CPQ se využívá zejména v situacích, kdy firmy nabízejí složité produkty, které vyžadují různé konfigurace a cenové modely. Díky CPQ mohou prodejní týmy zkrátit čas potřebný na zpracování nabídek a snížit riziko chyb. Oba nástroje se tedy vzájemně doplňují v podpoře obchodních procesů. Roli PIM však CPQ nástroje neplní.

PIM jako strategický nástroj pro moderní podnikání

Využití PIM systému přináší firmám komplexní řešení pro správu produktových informací, které je přizpůsobeno potřebám různých oddělení. Tento software nejen centralizuje a spravuje data, ale také zlepšuje celkovou spolupráci mezi jednotlivými týmy ve firmě. Výsledkem je zvýšení efektivity interních procesů, snížení chybovosti a lepší schopnost reagovat na tržní změny.

PIM představuje strategický nástroj, který firmám pomáhá maximalizovat hodnotu jejich produktů a zůstat konkurenceschopnými na dynamickém globálním trhu. Svými funkcionalitami a snadnou integrací je užitečným rozšířením ERP systému, ať už jde o marketing, prodej, výrobu nebo logistiku.

Lenka Vejrostová

Autorka je key account manager kou ve společnosti ABIA CZ services, která se specializuje na implementaci, rozvoj a podporu ERP systému SAP Business One.

O dírách a vrtačkách a dvojznačnosti umělé inteligence pro výrobní podniky

Glenn Graney

Harvardský profesor Theodore Levitt shrnul ve svém známém citátu jednu z dlouhodobě platných marketingových filozofií: „Prodejte zákazníkovi díru, nikoliv vrtačku." Pointou je zde to, že pro spotřebitele je cílem výsledek, tedy vyvrtaná díra. Pokud svého cíle dosáhne bez problémů nebo nákladů spojených s vlastnictvím a údržbou vrtačky, jedná se z jeho pohledu často o ideální výsledek. Pokud budeme hovořit o současném stavu umělé inteligence ve výrobě, bude řeč o „díře", nebo o „vrtačce"? Pokud ChatGPT požádáte o potvrzení kterékoliv z těchto dvou možností, předloží vám velice ochotně argumenty pro obě z nich. Nejasnosti, které v oblasti využití umělé inteligence ve výrobě panují, jsou nejasné dokonce i pro umělou inteligenci samotnou.

Současný stav umělé inteligence v oblasti výroby

Výrobní podniky jsou v současné době zahrnovány záplavou propagandy, která jim vysvětluje, že jedinou cestou ke konkurenceschopnosti je využití umělé inteligence. Buď se umělou inteligenci naučíte využívat, nebo se z vás stanou IT dinosauři, kteří zůstali uvězněni v dobách dávno minulých. Rozruch, který v oblasti umělé inteligence panuje, je zcela jednoznačně mnohem viditelnější než samotné využití umělé inteligence jako každodenního výrobního nástroje. Chce si opravdu výrobní společnost pořídit umělou inteligenci? Anebo bychom se měli ptát spíš na to, zda si chce výrobní společnost pořídit umělou inteligenci právě nyní?

Mnoho nabídek AI řešení se zaměřuje na potenciál namísto konkrétních možností a výsledků.