

# PIM

Product Information Management



I.T IS OPEN



# Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>5</b>
<b>Qu'est-ce que le PIM ?</b>	<b>6</b>
<b>Pourquoi le PIM suscite-t-il autant d'intérêt ?</b>	<b>7</b>
Attentes des clients en matière de qualité des données	7
Gouvernance des données	7
Retour sur investissement rapide grâce aux gains d'efficacité et aux réductions de coûts	8
<b>Pourquoi ai-je besoin d'un PIM ?</b>	<b>9</b>
Impératif de croissance	9
Personnalisation et localisation	9
Commercialisation rapide	9
<b>Avantages du PIM pour l'entreprise</b>	<b>10</b>
1. Augmentation des ventes et réduction du nombre de retours	10
Taux de conversion en hausse	10
Retours produits moins nombreux	10
Intégration de nouvelles technologies et personnalisation	10
2. Meilleure productivité des équipes	11
3. Expansion des produits, canaux et marchés ; élargissement de la gamme de produits	12
La puissance du marketing omnicanal	12
Conquête de nouveaux marchés	12
<b>Différences entre PIM, MDM, DAM et PLM</b>	<b>13</b>
PIM vs. MDM	13
PIM vs. DAM	13
PIM vs. PLM	13
<b>Comment choisir la solution PIM adaptée à votre entreprise ?</b>	<b>15</b>
La flexibilité pour maître-mot	15
Interopérabilité	15
Écosystème	15
L'expérience utilisateur	16
Automatisation	16

Personnalisation	16
Localisation	16
Flexibilité de déploiement	16
Les meilleurs produits accompagnent l'évolution de votre entreprise	17
Solution open source ou propriétaire ?	17
Dépendance vis-à-vis de l'éditeur	17
Interopérabilité	18
Communauté	18
Coût total de possession	18
<b>Nos retours d'expérience</b>	<b>19</b>
Quelles étapes pour déployer un PIM dans un écosystème digital ?	19
Définir les utilisateurs	20
Définir l'arborescence	20
Modéliser les produits	20
Définir la famille et le type de produit	20
Définir la famille et les types d'attributs	20
Écrire la liste des attributs	20
Déployer un PIM pour compléter une plateforme e-commerce existante	21
Les 6 Clés de la réussite d'un Projet Pim	25
Compter sur les "sponsors" en interne de l'entreprise	25
Ne pas jouer la montre	25
Créer un référentiel unique	25
Gagner l'adhésion de tous	25
Ne pas corrompre l'outil avec des données chaudes	25
Travailler avec des experts	26
<b>Présentation d'une solution PIM</b>	<b>27</b>
Présentation Akeneo	27
Un peu d'historique	27
Les offres Akeneo	28
Les différentes versions akeneo	28
On Premise, PAAS, SAAS	29
Le On Premise	29

Le SAAS	29
Le PAAS	29
Edition Community VS édition Enterprise	30
Les fonctionnalités "Enterprise"	31
Gestion avancée des droits	31
Workflow de validation	31
Moteur de règles	31
Gestionnaire de médias produits	32
Teamwork assistant	32
Entités référentielles	33
Authentification unique / SSO	33
Franklin Insights	34
<b>Quiz : Avez-vous besoin d'un PIM?</b>	<b>35</b>
<b>Pour conclure</b>	<b>37</b>
<b>Smile &amp; Akeneo</b>	<b>38</b>
<b>Quelques références</b>	<b>39</b>
<b>Merci</b>	<b>40</b>

# Introduction

La gestion de l'information produit (PIM, Product Information Management) suscite un formidable intérêt dans le domaine de l'e-commerce B2B et B2C. Ce secteur d'activité connaît ainsi une croissance exponentielle. Ventana Research estime qu'à l'horizon 2021, 50 % des entreprises dont les activités sont axées sur les produits utiliseront un environnement PIM dédié de dernière génération pour gérer leurs processus produits et offrir des expériences produits de qualité.

Les solutions PIM vous permettent de créer un référentiel centralisé pour gérer toutes vos informations produits de façon collaborative. Une telle plateforme simplifie considérablement la création, la gestion et l'utilisation des descriptions et caractéristiques techniques de produits destinés aux catalogues produits, en ligne ou hors ligne.

En plus d'améliorer la gestion des informations produits, le **PIM met également en œuvre des technologies offrant de nombreux avantages** :

- Expérience produit d'exception
- Marketing omnicanal
- Taux de conversion en hausse
- Retours produits moins nombreux
- Time-to-market accéléré
- Données produits de meilleure qualité
- Conquête de nouveaux marchés
- Implémentation efficace de nouveaux concepts tels que les agents conversationnels d'aide à la vente
- Optimisation des coûts de productions des contenus produits

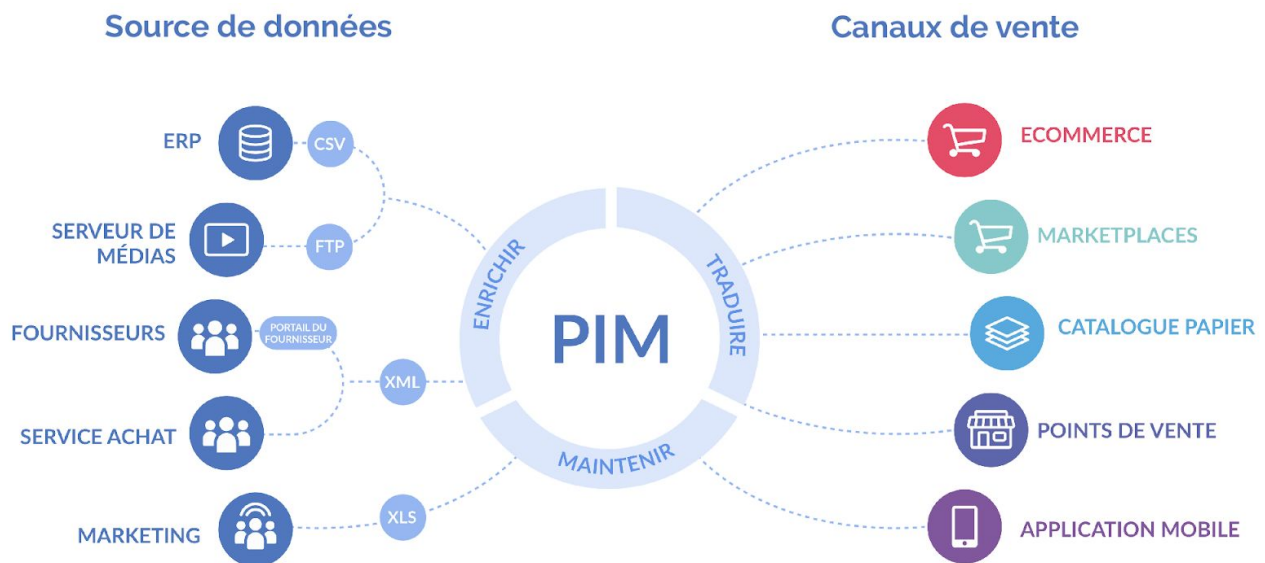
L'intérêt du PIM paraît évident. Plongeons au cœur du sujet.

# Qu'est-ce que le PIM ?

Le PIM comprend une série de pratiques métier et une catégorie d'applications métier axés sur la gestion des informations produits à l'échelle de l'entreprise — depuis la chaîne logistique jusqu'à la vente aux clients.

Une solution PIM est une plateforme qui centralise la collecte, la gestion et l'enrichissement de vos informations produits, les organise au sein de catalogues et les diffuse efficacement vers vos canaux de vente classiques et de e-commerce. Elle permet aux équipes marketing d'optimiser la qualité, la précision et la complétude des données produits, tout en simplifiant et en accélérant la gestion des catalogues produits. Les entreprises qui ont recours à une solution PIM peuvent ainsi créer et proposer plus facilement et rapidement les expériences produit convaincantes nécessaires pour optimiser l'expérience client, intégrer de nouveaux marchés, améliorer les taux de conversion et tirer parti de nouveaux canaux de façon rentable.

La figure 1 illustre le fonctionnement global du PIM.



**Figure 1 :** Un PIM rationalise les processus et procure des informations produits de qualité sur tous les canaux.

- Les informations produit sont extraites de diverses sources internes et externes et transmises à la solution PIM.
- Les équipes marketing, les responsables e-commerce, le category et le brand manager et les experts en données produit peuvent ensuite enrichir, classer et localiser les informations produit au sein du PIM. Les règles métier et les workflows de validation, ainsi que les outils

de gestion des utilisateurs, vous permettent de garder le contrôle sur vos processus d'enrichissement et de localisation.

- Une fois enrichies et localisées, les données peuvent être diffusées sur de multiples canaux : plateformes de e-commerce, marketplaces, catalogues papiers, points de vente, applications mobiles, agents conversationnels, etc.

Le PIM peut être utilisé pour gérer différents types d'informations :

- Informations techniques : caractéristiques techniques du produit tels que la taille, la couleur, le poids, le matériau ou les ingrédients
- Informations d'utilisation : descriptions de produits avec contexte d'utilisation, mode d'emploi et exemples d'utilisation
- Informations émotionnelles : descriptions de produits, témoignages et illustrations riches qui permettent de nouer des liens émotionnels avec les acheteurs

Remarque : le PIM se concentre sur les descriptions et caractéristiques techniques de produits. Les informations transactionnelles tels que les niveaux de stock et les prix ne sont PAS gérés par une solution PIM.

# Pourquoi le PIM suscite-t-il autant d'intérêt ?

Les solutions PIM enregistreront un taux de croissance annuel composé de 25,3 %, pour atteindre un chiffre d'affaires de 13,4 milliards d'euros en 2021, selon les estimations de MarketsandMarkets.

Pourquoi tant d'entreprises sont-elles si promptes à adopter une plateforme PIM ?

Les entreprises interrogées évoquent principalement les raisons suivantes :

## Attentes des clients en matière de qualité des données

Les clients attendent des informations produits complètes et précises, ainsi que des images et d'autres contenus multimédias. S'ils ne trouvent pas ce qu'ils cherchent ou s'ils ne parviennent pas à obtenir les informations dont ils ont besoin auprès d'un vendeur, ils se tourneront vers un concurrent. Les entreprises le savent et cherchent à investir dans des solutions qui accélèrent et simplifient la collecte et la diffusion d'informations produit exactes et complètes.

## Gouvernance des données

La création d'informations produit exhaustives et de qualité va de pair avec un contrôle rigoureux sur le processus lui-même : quels sont les différents intervenants, qui peut valider les données, qui peut décider si l'information est complète, etc.

Les entreprises utilisent les solutions PIM non seulement pour gérer, contrôler et suivre le processus de création des informations produit, mais aussi dans le cadre de la gouvernance des données.

## Retour sur investissement rapide grâce aux gains d'efficacité et aux réductions de coûts

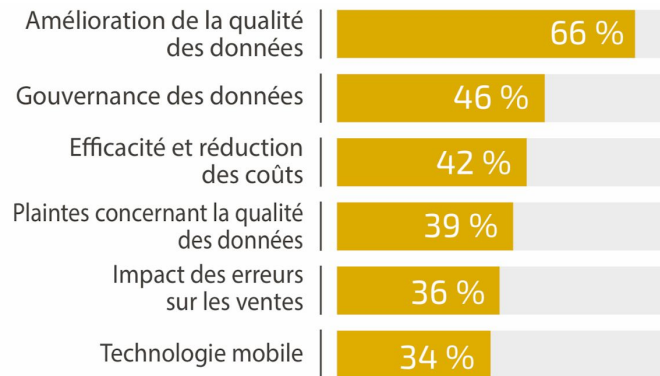
Contrairement aux initiatives bien plus onéreuses de gestion des données de référence (MDM) pilotées par l'équipe informatique, un projet PIM, géré par l'équipe métier, est relativement plus rapide et moins coûteux à déployer, tout en offrant des avantages faciles à mesurer. Les données mesurables telles que l'augmentation des taux de conversion ou la réduction du nombre de retours



produit assurent généralement des délais de rentabilisation inférieurs à un an. Ces délais peuvent encore être réduits si l'on tient compte de l'agilité et de l'évolutivité accrues de l'équipe marketing.

## Pourquoi modifier la gestion des informations produits

Les problèmes de données sont les motivations principales



Source : Ventana Research, Next Generation of Product Information Management Benchmark Research  
© © Ventana Research 2017. Tous droits réservés.

# Pourquoi ai-je besoin d'un PIM ?

Au-delà des objectifs d'amélioration des informations produit, le contexte commercial global contribue également à l'intérêt croissant pour le PIM.

Une solution PIM peut par exemple apporter une réponse aux problèmes suivants :

## Impératif de croissance

Partout dans le monde, les marchés se consolident en raison du renforcement des économies d'échelle. Pour les entreprises désireuses de se développer en proposant de nouveaux produits sur de nouveaux marchés et canaux, l'élargissement de la gamme de produits tend à se transformer en goulot d'étranglement. Le PIM permet à ces entreprises d'enrichir leurs catalogues et de diffuser leurs informations produit sur de nouveaux canaux en toute simplicité.

## Personnalisation et localisation

Une présence à l'échelle mondiale n'est profitable que si l'entreprise a la possibilité de personnaliser l'expérience produit pour chaque client de façon granulaire.

Le PIM permet aux équipes internationales de créer des expériences produits extrêmement ciblées, adaptées aux différents canaux, régions et langues d'expression.

## Commercialisation rapide

Ce ne sont pas toujours les plus gros acteurs du secteur qui rencontrent le plus grand succès. La vitesse de commercialisation joue un rôle plus crucial que jamais.

Les solutions PIM permettent aux entreprises de rationaliser leurs processus de création et l'enrichissement des informations produits, ce qui leur permet ensuite de commercialiser les nouveaux produits et les collections saisonnières beaucoup plus rapidement qu'en manipulant les données dans des feuilles de calcul ou d'autres systèmes inadaptés.

# Avantages du PIM pour l'entreprise

Puisque les produits sont votre cœur de métier, il semble logique de vous assurer que vos informations produit sont aussi exactes et complètes que possible et qu'elles permettent d'établir un lien émotionnel avec les acheteurs. Une expérience client ne peut être réussie que si l'expérience produit est convaincante.

Les gains d'efficacité réalisés grâce au PIM allègent la charge de travail de votre équipe marketing, ce qui lui laisse plus de temps et d'énergie pour contrôler que vos informations produit sont attrayantes, cohérentes et parfaitement à jour, mais aussi personnalisables sur tous les canaux. Une solution PIM robuste vous permettra de créer l'expérience produit d'exception nécessaire à une expérience client réussie.

Le PIM offre trois avantages principaux à votre entreprise :

## 1. Augmentation des ventes et réduction du nombre de retours

### Taux de conversion en hausse

Des données produits plus complètes et de meilleure qualité, qui incluent des informations émotionnelles percutantes, permettent d'enregistrer des taux de conversion accrus. Lorsque ces données sont contextualisées en fonction du canal, par exemple en proposant des descriptions de produits et des contenus multimédias propres au canal, les taux de conversion augmentent encore.

### Retours produit moins nombreux

Des informations produit incorrectes ou incomplètes sont à l'origine de la majorité des retours produits. En effet, si un client n'obtient pas ce qu'il pensait avoir acheté, il retourne l'article, ce qui vous coûte de l'argent et compromet potentiellement votre relation future avec ce client. La solution PIM permet de réduire les taux de retours en éliminant les erreurs de saisies de données manuelles, en signalant les informations produits incomplètes et en appliquant des processus de validation afin de garantir que les informations produit fournies sont toujours complètes et précises.

### Intégration de nouvelles technologies et personnalisation

Nous savons tous que le commerce B2B et B2C connaît actuellement une phase de profonds changements : assistance vocale, agents conversationnels, réalité augmentée, intelligence artificielle

et personnalisation plus intelligente. Toutes ces nouvelles technologies ont impérativement besoin de données structurées. Beaucoup de données structurées. Le PIM centralise et structure les données produit, et les met instantanément à la disposition de ces nouvelles technologies tout en simplifiant considérablement le déploiement de ces nouvelles modalités en termes de vente et de marketing.

## 2. Meilleure productivité des équipes

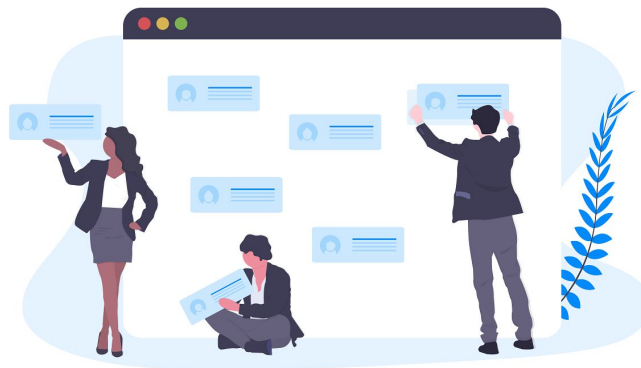
Votre équipe de marketing produit est payée pour créer et gérer des descriptions de produits convaincantes qui transforment les visiteurs en acheteurs. Cependant, sans PIM, votre équipe passera la majeure partie de son temps à jongler entre diverses applications et plateformes afin d'effectuer des tâches manuelles, fastidieuses et répétitives dans l'espoir de refléter l'évolution constante des modèles et des caractéristiques techniques sur les divers canaux des différentes régions.

Le PIM automatise jusqu'à 80 % de ces tâches manuelles pour permettre à votre équipe de faire le travail pour lequel vous la payez vraiment, c'est-à-dire rendre vos produits aussi désirables que possible et créer un catalogue dynamique, adapté à l'organisation d'événements promotionnels ou de ventes saisonnières.

Le PIM automatise l'importation des données produits brutes à partir de vos systèmes sources ainsi que l'exportation des données enrichies vers les différents canaux. Il ne reste plus à votre équipe produits qu'à créer des descriptions de produits attrayantes.

Le PIM peut également transformer le processus souvent chaotique d'enrichissement des produits grâce à des workflows intégrés qui guident clairement chaque membre de l'équipe tout au long des étapes qui le concerne. La productivité et la collaboration entre les divisions, services et régions en sont ainsi améliorées.

**Un time-to-market 3 à 4 fois plus rapide**



## 3. Expansion des produits, canaux et marchés ; élargissement de la gamme de produits

Le PIM permet à vos équipes de consacrer moins de temps à gérer vos produits déjà en catalogue et à intégrer les nouveaux. Les produits peuvent être rapidement organisés en familles qui partagent automatiquement certains attributs et descriptions. Les équipes marketing peuvent appliquer des actions en masse pour enrichir et modifier les informations produits de façon globale, et utiliser des règles métier pour attribuer automatiquement des valeurs aux produits, groupes ou catégories.

**Des performances décuplées avec moins de ressources**

### La puissance du marketing omnicanal

Dans l'environnement hyper concurrentiel actuel, chaque entreprise veut être présente partout où se trouvent ses clients. Malheureusement, en matière de données produit, les divers canaux et plateformes présentent tous des exigences différentes pour produire des résultats de vente optimaux. Le PIM fournit à votre équipe les outils dont elle a besoin pour exporter en toute simplicité les descriptions de produits optimisées pour chaque plateforme et chaque canal.

**Une présence plus intensive**

### Conquête de nouveaux marchés

Le PIM révolutionne l'enrichissement et la localisation des produits : ce processus traditionnellement manuel devient hautement automatisé et structuré, optimisé pour les équipes géographiquement éloignées. Les équipes peuvent se connecter à des outils de traduction, réviser et approuver les informations produit localisées, et publier les catalogues dans de nouvelles régions — tout cela au sein même de la plateforme PIM.

**Une collaboration harmonieuse entre équipes internationales**

# Différences entre PIM, MDM, DAM et PLM

Le monde de la gestion des données regorge d'acronymes et de technologies connexes pouvant facilement prêter à confusion. Voici comment les distinguer :

## PIM vs. MDM

La gestion de données de référence ou MDM (Master Data Management) est une initiative pilotée par l'équipe informatique, axée sur la création d'un référentiel centralisé de données de référence dans de nombreux domaines : données client, produit, fournisseur, financière, géographique, etc. L'objectif est de créer des informations précises et cohérentes, accessibles à tous les collaborateurs et à tous les systèmes à l'échelle de l'entreprise.

La gestion de l'information produit (PIM) est un sous-ensemble du MDM qui se concentre sur la fourniture d'informations produit précises et de qualité. Elle est le plus souvent utilisée à des fins de commercialisation et de marketing.

En tant que solution gérée par l'équipe métier, et non par l'équipe informatique, le PIM repose généralement sur un processus d'implémentation bien plus simple et rentable qu'un déploiement MDM plus ambitieux, à l'échelle de l'entreprise.

## PIM vs. DAM

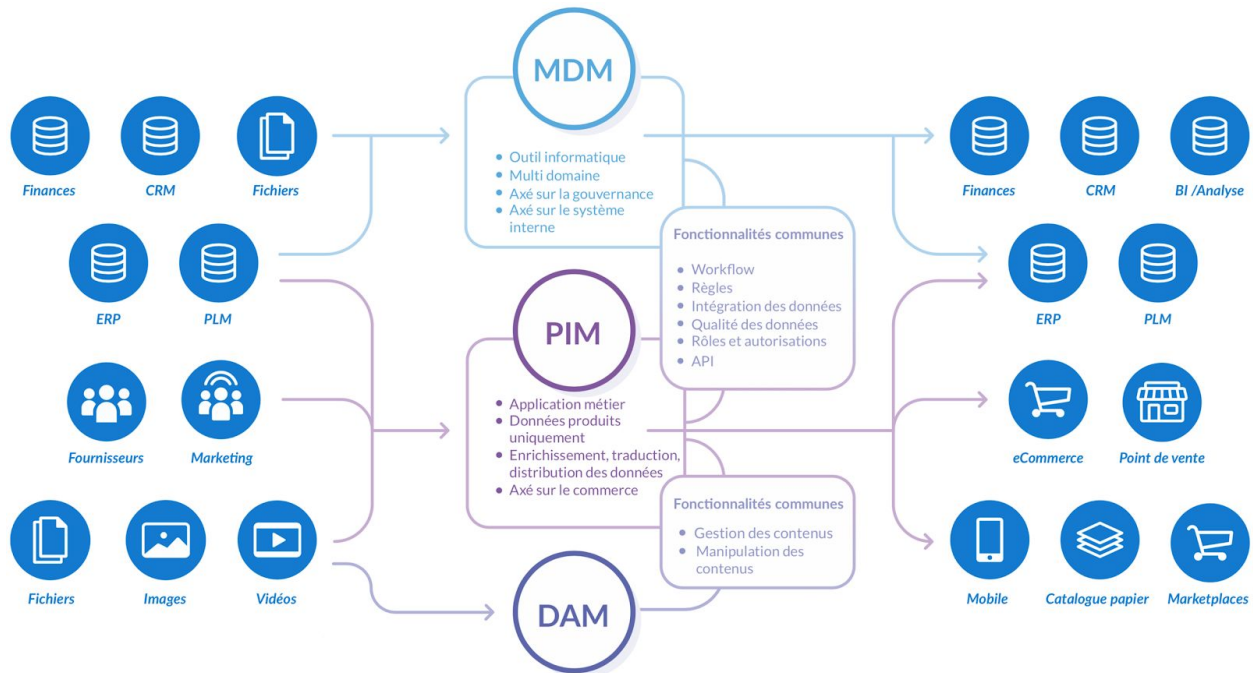
La gestion des contenus numériques ou DAM (Digital Asset Management) se concentre sur la gestion des fichiers multimédias tels que les images, les vidéos, etc. Le DAM offre des fonctionnalités spécialisées de contrôle de versions et de recherche qui permettent aux entreprises d'optimiser leurs contenus numériques existants.

De nombreuses solutions PIM incluent la possibilité de gérer les contenus numériques (images, vidéos, fichiers PDF, etc.) utilisés pour fournir des informations produits complètes. Les systèmes DAM d'entreprise gèrent un éventail de contenus numériques beaucoup plus large et sont utilisés à d'autres fins que la seule gestion des informations produit. Ils sont complémentaires aux solutions PIM et de nombreuses intégrations permettent de connecter les solutions PIM aux systèmes DAM les plus courants.

## PIM vs. PLM

Une solution de gestion du cycle de vie des produits ou PLM (Product Lifecycle Management) fournit un référentiel pour tout le cycle de vie d'un produit, de la conception au support de fin de vie. Le PLM permet aux fabricants de suivre les croquis de conception, les fichiers CAO, les pièces ou composants, les informations d'inventaire, les détails de la mise au rebut, etc.

Il est essentiellement destiné aux parties prenantes internes et contient très peu d'informations destinées aux clients, voire aucune. Cependant, le PIM peut extraire des PLM les caractéristiques techniques pertinentes et d'autres informations sur les produits, afin de préparer la commercialisation.



**Figure 2 :** Similitudes et différences entre les systèmes PIM, MDM, PLM et DAM.

# Comment choisir la solution PIM adaptée à votre entreprise ?

Il existe de nombreux outils PIM sur le marché, qui ont chacun leurs points forts et leurs faiblesses. Il est important de choisir une solution PIM capable non seulement de répondre à vos besoins spécifiques actuels, mais également de s'adapter à vos besoins futurs. Dans cet esprit, voici quelques indications qui vous aideront à choisir un PIM qui stimulera la créativité de votre équipe tout en respectant, voire en définissant, vos processus de gestion de l'information produit.

## La flexibilité pour maître-mot

Une solution PIM offre une valeur ajoutée car elle constitue une composante critique, en conjonction avec d'autres systèmes ou comme lien entre ceux-ci — tant en termes d'interopérabilité technique que de processus humains. Votre seule certitude concernant votre infrastructure technique et vos processus, c'est qu'ils seront appelés à évoluer, et peut-être fréquemment, au cours des prochaines années.

Vous devez donc vous assurer que votre PIM peut s'adapter à l'évolution de votre entreprise.

### Interopérabilité

Une solution PIM doit pouvoir interagir avec vos sources et destinations d'informations, actuelles et à venir. Si votre PIM ne peut pas se connecter facilement à votre ERP interne ou aux systèmes de données produit de vos fournisseurs, ou encore à vos sites de e-commerce, applications mobiles, systèmes de point de vente et catalogues papiers, vous passerez à côté des principaux avantages du PIM.

Le PIM idéal intègre des connecteurs qui facilitent l'interopérabilité entre tous les systèmes afin d'optimiser les opérations.

Gardez à l'esprit que les changements internes, ainsi que les acquisitions, font partie de la vie d'une entreprise. Vous avez donc tout intérêt à ce que votre PIM prenne en charge un maximum de systèmes. Nous aborderons plus en détail la question des systèmes atypiques et développés en interne dans la section consacrée à l'open source.

### Écosystème

La taille et la robustesse de l'écosystème global d'un PIM constituent des facteurs déterminants dans la viabilité à long terme de votre solution. Le développement d'un PIM n'est pas figé dans le temps. Il doit constamment se développer et s'adapter pour accompagner l'évolution des systèmes et



technologies connectés. Assurez-vous que votre PIM bénéficie du soutien d'une communauté prospère et autonome d'intégrateurs, développeurs et partenaires techniques.

## L'expérience utilisateur

Une fois adopté, le PIM sera utilisé quotidiennement par de nombreux utilisateurs à divers niveaux. À l'instar d'un système d'exploitation ou d'un système de gestion de fichiers, la meilleure interface utilisateur pour un PIM est celle qui paraît si intuitive qu'elle semble presque invisible.

Parallèlement, en raison des énormes volumes que représentent les données produites, l'interface du PIM doit fournir aux utilisateurs des indications claires quant aux étapes à suivre, ainsi que sur l'état global du catalogue produit. En règle générale, on peut considérer que si les utilisateurs estiment qu'ils ont besoin d'un outil de gestion de projet distinct pour l'optimisation des données produites, c'est que l'interface PIM proposée n'est pas adaptée.

## Automatisation

Le PIM vous fournit-il simplement un emplacement différent pour enrichir les données et remplir les champs manquants ? Ou automatise-t-il les tâches répétitives tout en rationalisant les processus ? Privilégiez une solution PIM capable d'effectuer certaines tâches à votre place, valider votre travail, assurer le suivi de la complétude avant la publication du catalogue, et alléger la charge de travail de votre équipe marketing afin de lui permettre d'effectuer davantage d'activités à valeur ajoutée.

## Personnalisation

De nombreuses entreprises possèdent des processus et systèmes extrêmement complexes pour l'acquisition, l'organisation et la commercialisation de leurs produits. Votre PIM doit prendre en charge vos processus et systèmes actuels et futurs.

C'est lui qui doit pouvoir s'adapter à vos systèmes et processus, et pas l'inverse. Cette adaptation à vos besoins particuliers nécessitera le plus souvent une personnalisation approfondie des importations et exportations de données, mais aussi des modifications de l'interface utilisateur (pour plus de détails sur ces questions, consultez la section « Solution open source ou propriétaire ? » à la page 18).

## Localisation

Exercez-vous vos activités dans des régions pratiquant des langues différentes ? Assurez-vous que votre PIM peut gérer et faciliter la commercialisation de vos produits dans ces régions et qu'il peut répondre aux exigences des canaux concernés.

## Flexibilité de déploiement

Exécuterez-vous votre PIM dans votre centre de données ou dans le cloud ? En fonction de votre stratégie informatique, vous devez choisir une solution PIM capable de prendre en charge l'option de déploiement appropriée et pouvant s'adapter à l'évolution de votre environnement informatique. Les quelques définitions suivantes vous permettront d'y voir plus clair :

- **Sur site** : l'entreprise déploie et gère toutes les applications et données sur ses propres serveurs, généralement derrière son pare-feu. Dans cette configuration traditionnelle,

l'entreprise est responsable de la maintenance et de l'infrastructure sous-jacente. Cette option offre un maximum de flexibilité et de contrôle, mais est la plus gourmande en ressources informatiques.

- **PaaS (Platform-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, mais l'hébergeur tiers s'occupe de l'infrastructure sous-jacente. Cette option permet un niveau de personnalisation des applications extrêmement élevé, mais ne nécessite pas autant de ressources informatiques pour l'infrastructure de base.
- **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 convivialité optimale, mais exige généralement des compromis en termes de flexibilité.

Comme expliqué ci-dessus, chaque option de déploiement présente des avantages et des inconvénients. Lors du choix du type de déploiement, assurez-vous que le PIM envisagé est en mesure de répondre aux besoins de votre entreprise.

## Les meilleurs produits accompagnent l'évolution de votre entreprise

Dans la mesure où vos exigences en matière de PIM sont susceptibles d'évoluer radicalement au fil du temps, la solution la mieux adaptée à votre entreprise est probablement celle qui vous permettra de passer d'une option de déploiement à l'autre, et qui sera capable d'évoluer au gré des ressources et des besoins de votre entreprise.



## Solution open source ou propriétaire ?

S'agissant de choisir entre un logiciel open source ou propriétaire, voici les facteurs qui nous semblent importants à prendre en compte en matière de PIM.

### Dépendance vis-à-vis de l'éditeur

Si vous souhaitez pouvoir personnaliser votre PIM pour développer de nouvelles fonctionnalités ou modifier des fonctions existantes, les solutions open source présentent un avantage certain. La possibilité d'accéder librement aux contributions de la communauté et de modifier le code source offre une flexibilité optimale.

Cependant, un PIM propriétaire peut suffire si vous êtes certain qu'il pourra répondre à l'évolution de vos besoins et que vous n'aurez jamais besoin de fonctionnalités un tant soit peu atypiques.

### Interopérabilité

La plupart des solutions PIM possèdent des connecteurs ou d'autres fonctionnalités d'interopérabilité pour les principaux ERP, plateformes de e-commerce, outils de création de catalogues papiers, etc. Cependant, si vous utilisez des systèmes moins courants, fortement personnalisés ou développés en interne (ou hérités lors d'une acquisition), vous devrez probablement créer ou personnaliser certains connecteurs vous-même. Il peut être intéressant d'avoir accès au code source et à des possibilités de personnalisation pratiquement infinies au lieu de devoir utiliser des API rigides, pour autant qu'elles existent.

### Communauté

Existe-t-il des ressources disponibles pour vous aider si vous en avez besoin ? Parallèlement aux offres de support technique de l'éditeur, les solutions commerciales open source bénéficient généralement du soutien d'une large communauté de développeurs, contributeurs, intégrateurs et autres experts qui travaillent activement avec la solution PIM et sont toujours disposés à aider les utilisateurs moins aguerris. Les éditeurs de solutions propriétaires disposent généralement d'une communauté beaucoup plus restreinte et s'appuient plutôt sur des partenariats commerciaux avec des intégrateurs pour fournir des personnalisations et une aide à l'implémentation.

### Coût total de possession

Le coût de possession d'un déploiement PIM de grande ampleur ne se limite pas aux frais de licence annuels. Il inclut la personnalisation, le déploiement et la maintenance du système. Comme nous l'expliquions précédemment, les solutions open source présentent l'avantage d'éviter l'enfermement propriétaire, qui entraîne des coûts de transfert considérables en cas de stagnation du développement de la solution ou d'explosion des frais de maintenance.

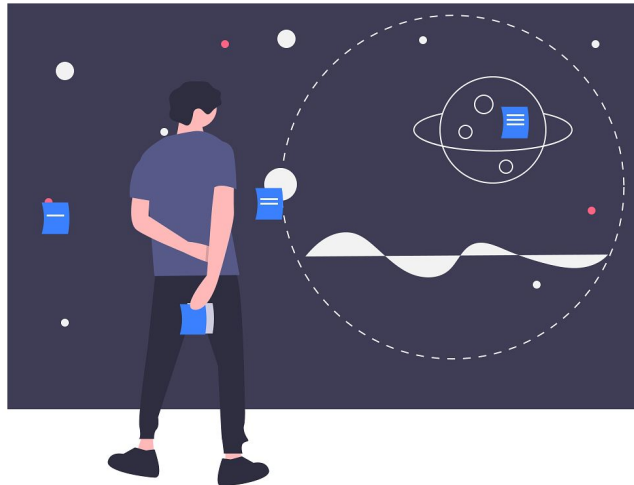
Si votre déploiement PIM n'est pas fortement dépendant des personnalisations, de la formation du personnel, des intégrations, etc., alors l'enfermement propriétaire n'est pas aussi problématique puisque vous pouvez plus facilement changer de solution PIM si cela devient nécessaire.

# Nos retours d'expérience

## Quelles étapes pour déployer un PIM dans un écosystème digital ?

Déployer un PIM est une étape importante pour toute entreprise. Le PIM est son meilleur allié pour **reprendre le contrôle sur les données produit**.

Avant d'être un projet technique, c'est surtout un projet fonctionnel qui doit être accompagné d'une stratégie de gestion du changement, car cela peut impacter beaucoup de personnes de l'entreprise.



Il est important de commencer le cadrage du projet par la vision que l'entreprise souhaite avoir de son PIM afin que votre intégrateur PIM puisse faire un paramétrage global et ainsi comprendre à quoi va servir le PIM et ce qu'il va modifier au sein de l'écosystème global.

*“Quels métiers seront impactés ? Qui sera mon PIM manager ?”*

*“Combien de produits ? De catégories ?”*

La phase de cadrage est l'étape cruciale de la réussite de projet. Beaucoup de choses sont à voir et à définir. Comme par exemple :

### Définir les utilisateurs

- Comme dans tout projet logiciel, il est important de déterminer très rapidement les utilisateurs qui auront accès à la plateforme.
- On distingue généralement trois types d'utilisateurs :
  - Lecteur : accès aux profils d'export uniquement
  - Contributeur : accès produit / import / export
  - Administrateurs : tout (gestion du paramétrage et système PIM)

### Définir l'arborescence

- En fonction du projet, l'enseigne peut avoir besoin de créer une arborescence pour le B2B et une autre pour le B2C. C'est donc à l'enseigne de déterminer la présentation sur son ou ses futurs sites web.

### Modéliser les produits

Logiquement, à cette étape, l'enseigne connaît déjà dans les grandes lignes la façon dont elle doit modéliser ses produits.

- Modèle de produit
- Déclinaison d'un modèle sur l'axe de variation (ex : couleur ?)
- Déclinaison d'une couleur sur l'axe de variation (ex : taille/pointure ?)

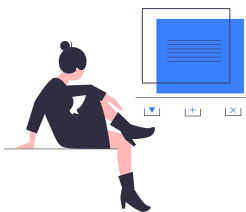
### Définir la famille et le type de produit

*"Que vend l'entreprise ?"*

- Des chaussures, des jeans, des chemises
- Des articles de sports
- Des ordinateurs
- De l'alimentaire
- Des livres

La liste peut être très longue et tout aussi variée.

### Définir la famille et les types d'attributs



Il est important de bien définir les familles de produits qui rassembleront des produits partageant des attributs communs.

## Écrire la liste des attributs

- Si l'enseigne vend des vêtements, elle sait qu'il faudra mettre des attributs comme la taille, la couleur, la matière...
- Si elle vend des ordinateurs, elle va devoir mettre les caractéristiques de l'ordinateurs, ram, taille du processeur, marque du processeur...

Cette liste peut être amenée à évoluer tout au long du projet.

La liste des étapes peut être encore bien plus longue avec :

- L'association des produits
- La définition du cycle de vie des produits
- Etc...
- Sans oublier bien sûr la partie technique !

## Déployer un PIM pour compléter une plateforme e-commerce existante

Interview de Patrick Papin, actuellement Chef de projet Smile, spécialiste PIM, en mission chez Renault



Patrick



Interviewer

Alors Patrick, aujourd'hui, raconte-moi un peu ce que tu fais chez Smile et depuis combien de temps tu y travailles



Cela fait 2 ans et demi que je travaille chez Smile en tant que chef de projet et j'interviens pour le compte du client Renault. Je travaille essentiellement avec une équipe Smile sur la mise en place de micro-services JAVA utiles dans le cadre d'une plateforme e-commerce que nous sommes en train de mettre en place. Je travaille également sur le PIM Akeneo avec un développeur Smile.

Et tu es en régie actuellement ?



Tout à fait, l'équipe Smile et moi-même intervenons en régie chez Renault. Ce mode d'intervention est souple, notamment parce que l'on travaille en méthodologie agile et que notre produit évolue par itération. Cela permet aussi d'être plus proche du client et d'être plus réactif que sur un mode forfaitaire.

Peux-tu me parler un peu du projet dans son ensemble ?  
Combien de produits, catégories, attributs, pays ... ?



A date, 25 000 produits sur 50 locales différentes.  
Bientôt, jusqu'à 1 000 000 de produits.

Ok, et raconte-nous un peu ton expérience dans cette entreprise.  
Est-ce que tu es arrivé au début du projet ?  
Est-ce que vous avez hésité entre PaaS, SaaS, On Premise ?



Je suis arrivé 2 mois après le début de projet.  
Il n'y a pas eu vraiment d'hésitation. Le SaaS qui consiste à offrir une solution clef en main était sûrement trop contraignant pour Renault car l'évolution de la solution ne dépend que d'Akeneo.  
On anticipait les évolutions spécifiques, donc il ne restait que le PaaS ou le On Premise.  
Le PaaS permet d'avoir un peu plus de souplesse que le SaaS car l'évolution de la solution peut être gérée par Smile même si l'hébergement est garanti par Akeneo.  
Renault a finalement opté pour la solution On Premise afin d'avoir une liberté totale sur l'application ainsi que sur l'hébergement.

Est-ce que tu avais déjà travaillé avec Akeneo avant ?



Je n'avais jamais utilisé Akeneo avant d'arriver chez Smile.

Comment as-tu appréhendé la solution ?  
Comment as-tu fait pour monter en compétence ?



L'application est assez facile à prendre en main.  
Le développeur Smile m'a donné formation et au bout de quelques jours j'ai réussi à comprendre et à manipuler les principales fonctionnalités du PIM.  
Toute la documentation de l'outil est en ligne, la navigation et le moteur de recherche sont très utiles et permettent de retrouver rapidement les informations recherchées.



Il existe des formations proposées par Akeneo sur 3 jours : formations fonctionnelles et formations techniques.

### Au début du projet avez-vous fait des ateliers de cadrage pour commencer sur de bonnes bases ?



Tout à fait, il y a une phase de cadrage à laquelle je n'ai pas assisté et qui concernait les deux principaux projets sur lesquels on travaillait en 2017.

Puis nous avons effectué des ajustements suite à nos ateliers hebdomadaires.

C'est aussi l'intérêt du produit et de la méthodologie agile, on peut être plus souple et on n'a pas forcément besoin de tout définir dès le départ.

### Quelle est la durée du projet ?



C'est un projet continu car la solution proposée par Smile est au centre de l'écosystème e-commerce Renault.

Nous sommes souvent sollicités dans le cadre de nouveaux besoins.

### Est-ce que tu as rencontré des difficultés ?



Dès que nous avons une demande du métier à laquelle le produit ne répond pas, nous développons une fonctionnalité générique qui y répond.

C'est ainsi que nous avons pu ajouter des fonctionnalités qui n'existaient pas de base dans le PIM.

Par exemple : envoyer des mails à des utilisateurs précis lorsqu'un import s'est terminé, le tout paramétrable directement à travers l'interface du PIM.

Est-ce que tu peux nous dire un peu comment Akeneo a pu aider les utilisateurs au sein de l'entreprise où tu es actuellement ? Est-ce que tu as un cas concret d'utilisation ?





Typiquement, il a permis de remplacer les feuilles Excel et les multiples référentiels.

Toute la gestion des fiches multimédias est actuellement gérée dans le PIM.

Ces fiches servent à décrire et à illustrer les équipements lors de la phase de configuration d'un véhicule sur les sites Dacia et Renault.

Nous agrégeons dans le PIM les données provenant d'un référentiel, les utilisateurs complètent ces données dans le PIM et le PIM les exporte vers un de nos services d'exposition.

## Les 6 Clés de la réussite d'un Projet PIM

### Compter sur les "sponsors" en interne de l'entreprise

Un projet PIM ne peut pas être porté que par la DSI ou que par les équipes métiers. Il faut que les différents services travaillent ensemble afin de mener à bien le projet. La DSI a la vision informatique de l'entreprise tandis que le métier connaît par cœur ses besoins.

### Ne pas jouer la montre

Il ne faut pas voir trop grand tout de suite ! Les projets de gestion des données produits peuvent prendre de quelques semaines à plusieurs mois. Tout dépend de la taille de l'entreprise et surtout de sa maturité.

La phase amont représente généralement de 50% à 80% du temps d'un projet PIM.

Le travail préparatoire est essentiel. La phase amont de cadrage permet de définir le dictionnaire des données. Comment se définissent les données, comment se classent les produits, comment se catégorisent les produits etc...

Outre le côté "produit", il faut aussi définir le rôle de chacun sur la plateforme.

### Créer un référentiel unique

Ce référentiel unique doit avoir pour objectif de réduire la complexité des données et simplifier leur intégration dans différents systèmes.

Chaque partie prenante doit comprendre les intérêts du projet autant à titre personnel que professionnel. Les utilisateurs doivent juger le PIM comme un facilitateur de leur travail.

Pour rappel, les données peuvent provenir :

- d'un ERP,
- des bases fournisseurs aux formats les plus variés,
- d'un DAM (pour la gestion des médias, comme les photos des produits par exemple),
- des bases verticalisées métiers,
- ou de « simples » fichiers Excel.

### Gagner l'adhésion de tous

Pour s'assurer de l'adhésion, il faut absolument expliquer aux utilisateurs finaux à quoi va servir leur nouvel outil, il faut donc les impliquer dès le départ, dès la phase de cadrage, autrement ils vont continuer à utiliser leur outil actuel. Ils doivent identifier très vite les avantages qu'ils pourront en tirer.

Bien sûr, l'adhésion de tous passe par une interface user-friendly de la solution PIM.

### Ne pas corrompre l'outil avec des données chaudes

N'oublions pas l'objectif principal du PIM qui est de mutualiser dans un seul et même outil les données produits tout en permettant de les enrichir et de les traduire. Lorsque ces données sont

dans l'outil, le PIM peut facilement délivrer chaque canal en fonction des besoins grâce notamment à la complétude et au niveau d'exigence de chaque canal.

Le PIM doit rester un référentiel de données stables. Les données chaudes telles que les stocks et les prix ne doivent pas circuler à l'intérieur du PIM. Elles doivent être envoyées directement sur les canaux.

## Travailler avec des experts

Comme vous avez pu le voir, la phase de cadrage est plus importante que la partie technique. Il faut donc, lorsque vous commencez votre projet, vous assurer que vous allez travailler avec des experts PIM, avec quelques projets à leur actifs et pourquoi pas des certifications sur l'outil.



# Présentation d'une solution PIM

## Présentation Akeneo



La société Akeneo a été fondée en 2013 à Nantes par d'anciens Smiliens. Ses fondateurs, Frédéric de Gombert, PDG, Benoît Jacquemont, Directeur Technique et Nicolas Dupont, Directeur Engineering, sont partis d'un constat simple : il manquait aux entreprises un outil fonctionnel pour gérer les données relatives aux produits.

Ils ont alors créé Akeneo, un outil de gestion de l'information produit Open Source qui permet de centraliser les données, de les classer, de les enrichir et de les diffuser.

Akeneo est basé sur le Framework Symfony 2, et exploite les meilleures technologies.

En 2019, Akeneo emploie 180+ collaborateurs dans le monde et dispose de bureaux en France, aux États-Unis, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Espagne et en Israël.

Akeneo compte un peu plus de 300 clients grands comptes et 60,000+ installations à travers le monde.

Ils comptent aussi plus de 100 Partenaires Solutions.

### Un peu d'histoire

- Janvier 2013 : Création d'Akeneo, par Frédéric de Gombert, Benoît Jacquemont, Nicolas Dupont et Yoav Kutner.
- Septembre 2013 : publication de la version bêta 1.0.0.
- Août 2013 : levée de fonds de 350 000 €.
- Septembre 2014 : levée de fonds de 2,3 millions de dollars.
- Janvier 2016 : Akeneo ouvre 2 filiales, une à Düsseldorf (Allemagne) et une à Boston (États-Unis).

- Janvier 2016 : Frédéric de Gombert, co-fondateur et PDG, remporte le prix de l'entrepreneur La Tribune-BNP Paribas Jeune avec Akeneo PIM.
- Février 2016 : Akeneo devient cofondateur et partenaire de l'école Open Source créée par le groupe Smile et l'école EPSI.
- Avril 2016 : Roy Rubin, ancien PDG et cofondateur de Magento, rejoint le conseil consultatif d'Akeneo.
- Mars 2017 : levée de fonds de 13 millions de dollars.
- Janvier 2018 : acquisition de la startup israélienne Simento.
- Décembre 2018 : Salesforce Ventures investit dans Akeneo.
- Septembre 2019 : Akeneo réalise une nouvelle levée de fond de 46 millions de dollars auprès de Summit Partners (principal investisseur) et de ses investisseurs historiques Alven, Partech et Salesforce Ventures, ainsi que de l'entrepreneur Stephan Dietrich pour accélérer le déploiement de la solution aux Etats-Unis.

## Les offres Akeneo

Il existe 3 offres Akeneo :

- Community : open source, gratuite et téléchargeable sur leur site internet.
- Entreprise : dotée de fonctionnalités avancées dédiées aux entreprises.
- Cloud : hébergement et monitoring assurés par Akeneo. Deux offres sont disponibles, une offre SaaS ("mode sérénité") et une offre PAAS ("mode flexibilité").

Le prix de la licence annuelle dépend du nombre de canaux dont vous avez besoin.

Retrouvez plus d'informations à ce sujet dans la rubrique : "Edition Community VS édition Entreprise".

## Les différentes versions d'Akeneo

Date de publication	Community Edition	Enterprise Edition
Septembre 2013	1.0.0-beta1 "A Wild Hare"	-
Mars 2014	1.0.0 "Hare we go"	-
Avril 2014	1.1.0 "Rabbit Punch"	-

Août 2014	1.2.0 "Acrobatty Bunny"	1.0.0 "Dandelion"
Février 2015	1.3.0 "Hare Force"	1.3.0 "Strawberry"
Septembre 2015	1.4.0 "Rhapsody Rabbit"	1.4.0 "Samara"
Mars 2016	1.5.0 "Fresh Hare"	1.5.0 "Sunflower"
Septembre 2016	1.6.0 "Wackiki Wabbit"	1.6.0 "Tulip tree"
Mars 2017	1.7.0 "The Old Grey Hare"	1.7.0 "Artichoke"
Septembre 2017	2.0.0 "Rebel Rabbit"	2.0.0 "Hazel"
Janvier 2018	2.1.0 "Prest-O Change-O"	2.1.0 "Walnut"
Avril 2018	2.2.0 "Bonanza Bunny"	2.2.0 "Chestnut"
Juin 2018	2.3.0 "What's up Doc?"	2.3.0 "Lychee"
Fevrier 2019	3.0.0 "Super-Rabbit"	3.0.0 "Rose"
Avril 2019	3.1.0 "Slick Hare"	3.1.0 "Lettuce"

Source : wikipedia

## On Premise, PaaS, SaaS

Comme vous avez pu le voir dans le chapitre précédent, il existe différentes offres et donc différentes manières d'utiliser un PIM.

C'est la même chose pour l'hébergement du PIM. On peut retrouver :

### Le On Premise

- L'architecture est physiquement installée sur les serveurs du marchand ou d'un partenaire qu'il pilote.
- Le marchand a la maîtrise totale sur la solution et son installation.

## Le SAAS

- L'architecture SaaS, acronyme pour Software as a Service est une solution logicielle utilisable en ligne (on parle aussi de Cloud ou de on demand). Le logiciel est dématérialisé et accessible à distance par un navigateur web, moyennant un abonnement auprès de l'éditeur Akeneo.

## Le PAAS

- Akeneo fournit une plateforme et laisse le marchand ou son intégrateur installer la solution.
- Cette offre reprend les mêmes caractéristiques que l'offre SAAS en laissant au marchand ou à son intégrateur un contrôle total sur le code source de l'application, de la même manière que sur l'édition On Premise.





## Edition Community VS édition Enterprise

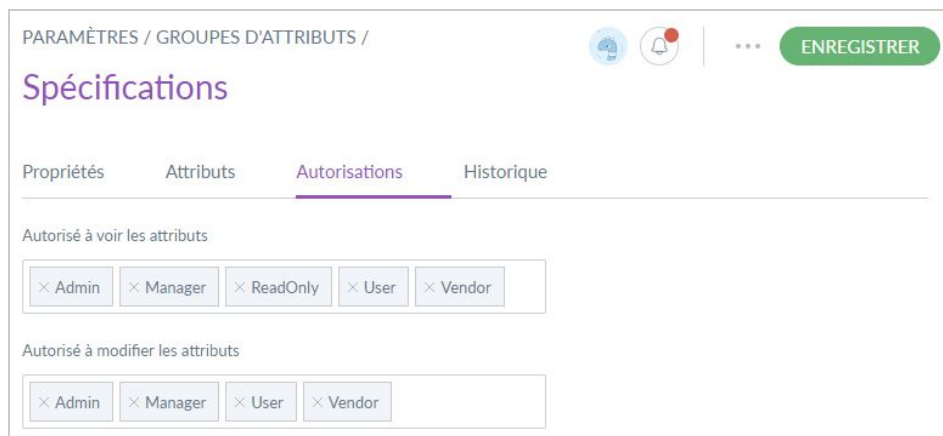
Akeneo existe en trois éditions. Les éditions Enterprise (On Premise) et Cloud (PaaS et SaaS) sont payantes et partagent les mêmes fonctionnalités. L'édition Community est gratuite mais ne dispose pas des fonctionnalités avancées "Enterprise".

	Edition Community	Edition Enterprise	Edition Cloud	
			Flexibilité	Sérénité
<b>Fonctionnalités standard</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Fonctionnalités "Enterprise" exclusives</b>				
Gestion avancée des droits	✗	✓	✓	✓
Workflow de validation	✗	✓	✓	✓
Gestion de versions et publication	✗	✓	✓	✓
Moteur de règles	✗	✓	✓	✓
Gestionnaire de médias produits	✗	✓	✓	✓
Teamwork Assistant	✗	✓	✓	✓
Entités référentielles	✗	✓	✓	✓
Authentification unique / SSO	✗	✓	✓	✓
Franklin Insights	✗	✓	✓	✓
<b>Distribution</b>	Locale	Locale	Cloud	Cloud
<b>Mise à jour automatique</b>	✗	✗	✗	✓
<b>Connecteurs</b>				
Marketplace	✓	✓	✓	✓
API	✓	✓	✓	✓
Extensions personnalisées	✓	✓	✓	✗
<b>License</b>	OSL V3	Commerciale	Commerciale	Commerciale
<b>Support</b>	Support communautaire	Support Akeneo	Support Akeneo	Support Akeneo
<b>Customer Success Manager désigné</b>	✗	✓	✓	✓
<b>Tarifs</b>	Gratuit pour toujours	Redevance annuelle	Redevance annuelle	Redevance annuelle

## Les fonctionnalités “Enterprise”

### Gestion avancée des droits

Si l'édition Community offre une gestion des droits à l'aide de rôles et de permissions d'accès à telle ou telle fonctionnalité, les éditions Enterprise et Cloud permettent une gestion plus fine des droits au niveau des groupes d'attributs, des catégories, des locales... Ainsi, selon les droits qui lui ont été attribués, un utilisateur n'aura pas accès, ou qu'en lecture, à certains produits, à une portion limitée de leurs attributs, dans certaines locales...



PARAMÈTRES / GROUPES D'ATTRIBUTS /

ENREGISTRER

### Spécifications

Propriétés Attributs **Autorisations** Historique

Autorisé à voir les attributs

× Admin × Manager × ReadOnly × User × Vendor

Autorisé à modifier les attributs

× Admin × Manager × User × Vendor

### Workflow de validation

Les modifications apportées aux produits peuvent être soumises à validation, avec échange de commentaires. Un contrôle renforcé permet ainsi d'améliorer la qualité des informations produits.

### Moteur de règles

Le moteur de règles peut répondre à un besoin d'enrichissement automatique des informations produits. Il peut ainsi permettre le classement automatique des produits par catégorie, remplir des attributs avec des valeurs par défaut, copier des valeurs d'attribut d'une locale à une autre...

## Gestionnaire de média produits

Le gestionnaire de média produits permet de simplifier la gestion et la visualisation des images. Il devient ainsi possible de partager une image entre plusieurs produits, de localiser les images, de les personnaliser en fonction du canal, et de les redimensionner automatiquement.

RESSOURCES / ENREGISTRER


### Images\_image\_1\_shoes1\_jpg

Créé: 23/09/2019 13:17 | Mis à jour: 23/09/2019 13:17

Variations Propriétés Catégories


---

RÉFÉRENCE

Nom du fichier	Actions
 shoes1.jpg	<span style="background-color: #e74c3c; color: white; padding: 5px 10px; border-radius: 5px;">SUPPRIMER</span> <span style="background-color: #3498db; color: white; padding: 5px 10px; border-radius: 5px; margin-left: 10px;">RÉINITIALISER LES VARIATIONS</span> <span style="background-color: #95a5a6; color: white; padding: 5px 10px; border-radius: 5px; margin-left: 10px;">TÉLÉCHARGER</span>

---

ECOMMERCE

Taille du fichier	Type de fichier	Actions
 203.85 KB	image/jpeg	<span style="background-color: #e74c3c; color: white; padding: 5px 10px; border-radius: 5px;">SUPPRIMER</span> <span style="background-color: #95a5a6; color: white; padding: 5px 10px; border-radius: 5px; margin-left: 10px;">TÉLÉCHARGER</span>


## Teamwork assistant

Grâce au Teamwork assistant, l'enrichissement des produits va pouvoir être traité par vague. Chaque vague est un projet dans le Teamwork assistant. Pour chaque projet, les membres de l'équipe vont pouvoir visualiser dès la page d'accueil le taux de complétude des produits dont ils ont la charge, les produits qui peuvent être exportés, ceux qui doivent être contribués.



## Entités référentielles

Les entités référentielles vont permettre de relier des produits à des entités ayant leurs propres propriétés telles que des marques, des fabricants, des designers... Une entité a ses propres attributs, et peut ensuite être associée aux produits. Cet objet complexe peut être utilisé à chaque fois qu'un groupe d'informations est partagé entre plusieurs produits.



ENTITÉS RÉFÉRENTIELLES / FITS / STRAIGHT


**Straight**

Channel: Ecommerce | Locale: français

[label] fr

Straight

[image]



Type  
Straight

Leg Type  
Straight

ENREGISTRER

## Authentification unique / SSO

Grâce au SSO, le contrôle d'accès à Akeneo est centralisé avec toutes les autres applications de l'entreprise. Un seul mot de passe permet d'accéder à toutes les applications, y compris Akeneo. Et

lorsqu'un employé quitte l'entreprise, la désactivation de son compte désactive également l'accès à Akeneo.

## Franklin Insights

Franklin Insights est un crawler intelligent qui va parcourir le Web à la recherche d'informations produits, compléter les attributs de vos produits avec les données récupérées et soumettre les modifications à votre validation. Cette fonctionnalité n'est pour le moment disponible qu'aux Etats-Unis et nécessite la souscription à un abonnement.

# Quiz : Avez-vous besoin d'un PIM ?

Nous vous proposons d'identifier vos besoins à partir de quelques questions clés.



## Qui utilise l'information produit ?

eCommerce, marketplaces, catalogues papier, points de vente, application mobile... Lorsque plusieurs canaux ont besoin d'accéder à la même information, cela peut justifier l'utilisation d'une solution pour centraliser la donnée.



## Où se trouve l'information produit ?

ERP, fichiers Excel, serveur de médias, fournisseurs, documents du service achats... En l'absence de PIM, l'information produit est souvent dispersée entre plusieurs solutions, ce qui peut poser des problèmes pour accéder et maintenir les données.



## Quelle est la nature de l'information produit ?

Caractéristiques techniques, contenus rédactionnels, images, fichiers PDF, produits configurables... en l'absence de PIM les données sont souvent mal structurées et/ou difficiles à archiver.



## Quelle est la qualité de l'information produit ?

Constatez-vous des erreurs de saisie, des données manquantes, des descriptions imparfaites ? L'absence de workflow et de reporting adapté peut provoquer ce type de défaut.



## L'information produit est-elle cohérente entre tous les canaux ?

Lorsque l'information n'est pas centralisée, des problèmes de cohérence peuvent apparaître.



## Quelles sont les conséquences d'une mauvaise qualité dans le référencement des produits ?

Estimez-vous que cela peut impacter le taux de conversion ? Le taux de retour des produits ? Le référencement du site ?



## Quel est le volume de produits dans votre catalogue ?

Lorsque le catalogue est de l'ordre de 5 000 produits ou plus, il devient nécessaire de prévoir un outil particulièrement ergonomique et automatisé pour faciliter la saisie et gagner en productivité.



## Quelles sont les personnes/métiers qui doivent intervenir pour contribuer au référencement d'un produit ?

Rédacteur, photographe, acheteur, traducteur... Lorsque de nombreux métiers sont sollicités, le temps nécessaire pour contribuer un produit s'allonge. Un PIM fournit des solutions pour augmenter la productivité du travail en équipe : workflows & notifications, gestion des lots de contribution, reporting, gestion des droits.



## Avez-vous besoin ou avez-vous l'utilité de faire appel à des contributeurs externes ?

Agence de traduction, fournisseurs... Impliquer des contributeurs externes pose souvent des difficultés supplémentaires. Sans une gestion fine des droits, les contributions nécessitent souvent de la re-saisie et des pertes de temps.



## Dans combien de pays et combien de langues diffusez-vous l'information produit ?

Un PIM peut faciliter les traductions en apportant une interface dédiée à la traduction, permettant de mettre en évidence les traductions à contribuer et de visualiser simultanément la langue source et la langue cible.



# Pour conclure

Implémenter un PIM dans votre structure va vous permettre principalement de :

## **OPTIMISER VOS WORKFLOWS**

- En industrialisant le flux de données produits au sein d'un référentiel unique ;
- En profitant d'une vue globale sur un produit ou un catalogue ;
- En facilitant la décentralisation de la production de contenus avec des fournisseurs ou des prestataires ;
- En améliorant la collaboration des équipes dans le cadre de l'enrichissement des données (internes et externes) ;
- En centralisant les échanges vers tous les canaux.

## **AMÉLIORER LA QUALITÉ DE VOS DONNÉES**

- En normalisant les données ;
- En améliorant la productivité de l'enrichissement ;
- En disposant d'un historique des échanges ;
- En évitant les doublons.

## **VALORISER LE CATALOGUE PRODUITS**

- En améliorant le référencement des fiches commerciales et techniques ;
- En améliorant le taux de transformation des sites eCommerce ;
- En diminuant fortement le time-to-market ;
- En minimisant les erreurs de description, et donc les éventuels retours de produits.

*“Simplifiez-vous la vie”*



# Smile & Akeneo

L'histoire d'Akeneo est intimement liée à celle de Smile.

Au départ, l'idée d'une solution PIM a germé dans l'esprit d'anciens Smiliens confrontés à l'épineux problème du référentiel produit chez nos clients e-commerce.

Notre expertise e-commerce et surtout le développement de l'omnicanal nous permettent d'appréhender les enjeux gravitant autour du référentiel produit.

Smile devient ainsi votre partenaire privilégié pour vous accompagner dans votre démarche PIM avec Akeneo : de l'identification du besoin, en passant par la conception, la réalisation et la conduite du changement.

Smile est partenaire **Gold d'Akeneo**

+49 employés Smile formés par Akeneo

+28 projets internationaux live !

Caceis, Camif, Abitare, Eram, Ricard, Even, 50 Five...



## Quelques références



Déploiement dans 4 pays

Amélioration de l'enrichissement des produits ainsi que la gestion omnicanale

Création d'un moteur à idées cadeaux



« L'expertise, la proximité et la réactivité des équipes **Smile** sont des points clés qui expliquent le succès de notre projet. Nous pouvons désormais nous appuyer sur une **plateforme paramétrée pour répondre à nos attentes** et nous imposer comme le leader de la vente en ligne sur les click & mortar chaussures. »

**Renaud MONTIN**

Directeur Marketing et Digital, Eram



Création de la plate-forme BtoB globale pour tous les acteurs hôteliers internes et externes

Amélioration de l'expérience utilisateur

- Création d'un référentiel unique
- Mise en place de workflow de création et validation des données produits et services

Projet :

- 95 pays et autant de Magento Stores
- 10 millions de produits
- 5 000 catégories

# Merçi

## Les auteurs :

- Vincent Maucorps - Smile
- Florent Guilbard - Smile
- Denis Gloannec - Smile
- Christel Grizaut - Akeneo

Nous espérons que cet ouvrage vous aura permis de mieux comprendre les objectifs d'un PIM et que nous aurons su aussi vous partager nos expériences et notre enthousiasme autour de l'outil AKENEO.

Nous restons à votre disposition si vous avez des questions.

[Smile.eu](http://Smile.eu)

Retrouvez aussi tous nos livres blancs sur des solutions open source : gestion de contenus, portails, business intelligence, gestion de documents, ERP, ... dans tous ces domaines, Smile a évalué les meilleures solutions open source du marché, et vous apporte ses retours d'expériences.

