

État de l'art du PIM (Product information management)

Au-delà de l'omni-canalité, gestion du cycle de vie complet produit

Le PIM, reconnu comme un des instruments clés de la mise en place de l'omni-canalité, ne doit pas se cantonner à une étape du cycle de vie qui est l'enrichissement marketing, mais bien être un référentiel à part entière sur l'ensemble du cycle en permettant :

- la gestion du sourcing produits via des logiques de portails fournisseurs
- la gestion de l'étape de conception / prototypage produit (PIM vs PLM)
- la gestion de normalisations d'échanges de données (GDSN / GS1 et autres)

Détails

- **Code** : PIM
- **Durée** : 1 jour (7 heures)

Public

- Chefs de projets
- Direction de programme
- Direction marketing
- Directions métier
- Dirigeant
- DSI
- Projets de transformation numérique

Pré-requis

- Connaissance générales en e-commerce

Objectifs

- A l'issue de cette présentation, destinée avant tout aux décideurs métier et techniques (en charge du sourcing ou de la valorisation de l'offre produits), vous aurez compris en quoi les PIM, au-delà de leurs facettes marketing traditionnelles, sont des solutions clés pour des architectures incluant le cycle de vie produit complet avec :

? les rôles et fonctionnalités associés à une logique de portails fournisseurs,

? les besoins et bénéfices d'utiliser des normes d'échanges (côté « manufacturer » ou « retailer »),

? les bénéfices à intégrer la phase de prototypage produit dans le PIM pour optimiser l'enrichissement des produits finis.

Programme

Contenu

- Rappels sur les concepts de PIM
- Rappels sur la modélisation produits (retours d'expériences et limitations classiques)
- Phase de conception / prototypage produits, comment faire avec un PIM ou comment lier un PLM
- Sourcing produit : rôles et processus associés aux portails fournisseurs
- Normalisation des échanges, GDSN / GS1, domaines métiers matures (alimentaires) et futurs (cosmétiques, jouets, travel retail, ...)
- Enrichissement, limiter la charge de travail : utiliser des

bases de données externes (électronique grand public, monde automobile,...), automatiser des tâches via les apports de l'IA

- Les principaux acteurs du marché et leur positionnement
- Le projet PIM : les étapes de conception et de mise en œuvre

Informations complémentaires

- Méthodes pédagogiques : Séminaire d'1/2 journée
- 50 % théorie/ 50 % retours d'expérience et échanges
- Modalités d'évaluation
 - L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'échanges avec les intervenants

Modalités

- **Type d'action** :Acquisition des connaissances
- **Moyens de la formation** :Formation présentielle – 1 poste par stagiaire – 1 vidéo projecteur – Support de cours fourni à chaque

stagiaire

- **Modalités pédagogiques** : Exposés – Cas pratiques – Synthèse
- **Validation** : Exercices de validation – Attestation de stages