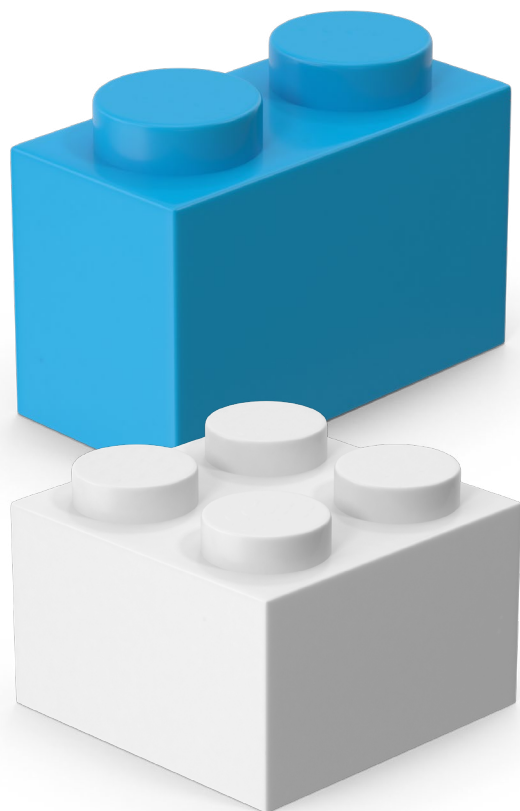
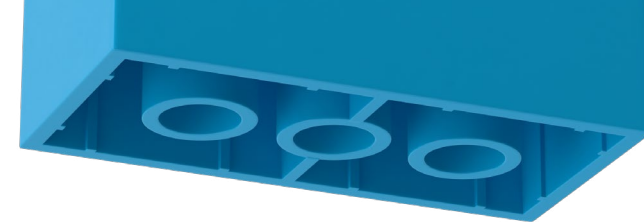


Date forma ai vostri dati di prodotto!

Productsup consente alle aziende di
**raccogliere, unire e consolidare facilmente i
dati dei prodotti provenienti da più fornitori**

Indice



Introduzione	3
Dai fogli di calcolo alle grandi esperienze dei clienti	4
Onboarding delle informazioni di prodotto	5
Onboarding di venditori e fornitori	7
Elenco di controllo per l'onboarding di venditori e fornitori	8
Vantaggi dell'utilizzo dei moderni strumenti P2C per l'onboarding dei dati	9
Conclusione	11

Introduzione

La complessità del mondo retail, sempre più digitalizzato, ha raggiunto proporzioni epiche. Senza un partner per le soluzioni P2C (product-to-consumer) o un team di tecnici dedicato ai feed di prodotto, non è più possibile migliorare e preparare i cataloghi dei prodotti dei fornitori con feed di prodotto puliti per canali pubblicitari, software di gestione delle informazioni di prodotto, marketplace o siti web di ecommerce.

La complessità del retail - o anarchia commerciale come ormai viene chiamata - costringe le aziende a sprecare enormi quantità di tempo e risorse per preparare, ottimizzare e aggiornare manualmente i cataloghi dei prodotti. A causa dell'enorme quantità di inutile lavoro manuale, le aziende rischiano di fornire dati imprecisi sui prodotti o addirittura di omettere dai loro cataloghi attributi essenziali come il prezzo o la disponibilità di magazzino.

Anche casi isolati di imprecisione dei dati di prodotto o delle informazioni sugli ordini possono danneggiare i brand, poiché i consumatori smettono rapidamente di fidarsi delle aziende che commettono errori nei dettagli o nelle informazioni sui prodotti. Una **Soluzione per l'onboarding di venditori e fornitori** basata sulla più recente tecnologia P2C (product to consumer) è uno strumento essenziale che consente di liberare tempo e risorse e di evitare che l'anarchia commerciale abbia un impatto negativo sull'esperienza del cliente. I sistemi che utilizzano l'intelligenza artificiale (AI) per automatizzare attività che in precedenza erano manuali sono il futuro della gestione dei cataloghi prodotto. L'intelligenza artificiale consente alle aziende che gestiscono centinaia di migliaia di articoli di pulire e ottimizzare i cataloghi senza richiedere il supporto dei reparti IT.

Inoltre, una soluzione P2C per l'onboarding di venditori e fornitori offre alle aziende più tempo e risorse per dedicarsi alla creazione di ambiziosi piani di crescita, riducendo o eliminando drasticamente gli errori comuni derivanti dalla gestione manuale dei cataloghi.



Dai fogli di calcolo alle grandi esperienze dei clienti



Non è mai stato così difficile prima d'ora creare dati di prodotto conformi, accurati e convincenti prima di inviarli ai consumatori sui siti web o sui marketplace. Questo vale soprattutto per le aziende che gestiscono numerosi cataloghi di prodotti. Il compito diventa ancora più complicato per le aziende che fondono e arricchiscono più cataloghi di venditori o fornitori in un unico feed di esportazione. Sul mercato esistono molte soluzioni tecnologiche frammentarie che facilitano in parte questo compito. Tuttavia, quasi tutte le soluzioni richiedono comunque un notevole lavoro manuale quando si tratta di creare eventi di vendita o di ottimizzare gli elenchi dei prodotti nei feed di esportazione e nei cataloghi prodotto. Con decine o addirittura centinaia di migliaia di articoli in cataloghi diversi, sono essenziali modifiche di massa basate su regole o un controllo di qualità supportato dall'intelligenza artificiale.

La conformità ai requisiti dei canali, l'armonizzazione di attributi, immagini e video, o le descrizioni convincenti dei prodotti non sono più sufficienti a soddisfare le aspettative dei consumatori. Oggi i consumatori richiedono esperienze di acquisto eccellenti, e questo mette sotto pressione i produttori e i brand che intendono **distribuire contenuti di prodotto coerenti e di alta qualità**. Anche i rivenditori, i marketplace e gli endpoint di marketing subiscono notevoli pressioni perché eseguano l'onboarding e la distribuzione dei dati di prodotto in modo esemplare.

Finora, la maggior parte delle soluzioni di gestione dei dati di prodotto e di gestione dei dati anagrafici era concentrata sui processi interni e sulla tecnologia, sotto forma di piattaforme PIM e MDM. Pur essendo d'aiuto per la gestione dei dati, questi sistemi non forniscono soluzioni complete che affrontino problematiche più ampie, come l'esperienza del cliente e il modo e lo stato in cui le informazioni giungono ai clienti.

Onboarding delle informazioni di prodotto



L'onboarding dei dati di venditori e fornitori comporta essenzialmente l'acquisizione di diversi tipi di dati da venditori e fornitori. Questi dati o informazioni di prodotto possono includere qualsiasi numero di tipologie di dati e attributi, come le informazioni sui prodotti, su prezzi e fornitori, oltre agli attributi descrittivi dei prodotti, che variano secondo la categoria.

Il processo di onboarding dei dati relativi ai prodotti dei fornitori è fondamentale per i rivenditori e i marketplace, che hanno la responsabilità di creare le proprie offerte scalabili per i prodotti. L'implementazione di prassi e processi di onboarding migliori e più automatizzati non solo migliora le possibilità di aumentare i ricavi derivanti dalle vendite, ma può anche generare enormi risparmi di tempo e risorse.

Le fasi dell'onboarding dei dati di prodotto sono due:

- Integrazione iniziale nel sistema dei feed di prodotto o dei cataloghi di venditori e fornitori.
- Fusione e ottimizzazione di quei dati per consentire l'esportazione del feed di prodotto e/o del catalogo dei prodotti.

Onboarding delle informazioni di prodotto

Per eseguire entrambe le fasi elencate in precedenza, la maggior parte dei rivenditori e dei marketplace opera con più sistemi. Il processo di onboarding, tuttavia, è sempre complicato da alcuni o da tutti i seguenti problemi:

- Elaborazione manuale dei dati di prodotto in formati diversi
- Scrittura di codice personalizzato per la gestione delle eccezioni
- Mappatura, normalizzazione e convalida dei dati
- Fusione dei dati provenienti da più fonti, con standard e tipi di prodotto diversi
- Adattamento a nuove linee di prodotto o varianti con ulteriori caratteristiche/attributi
- Richieste da parte dei fornitori di un time-to-market più rapido per nuovi prodotti o offerte speciali
- Creazione di un'esperienza di onboarding semplice per venditori e fornitori.

Tutti questi problemi possono rappresentare un peso enorme per i team incaricati dell'onboarding di venditori e fornitori. Le soluzioni PIM o MDM tradizionali possono essere d'aiuto per superare solo alcuni di questi ostacoli. Tuttavia, le soluzioni necessarie per migliorare i dati o per eseguire rapidi adeguamenti non sono scalabili, soprattutto se i cataloghi di prodotti che entrano nel sistema contengono centinaia di migliaia di articoli.

Un buon processo di onboarding dei dati di prodotto richiede una soluzione software o una tecnologia in grado di sostituire o ricevere il lavoro svolto dalle soluzioni MDM e PIM, ma anche di migliorare la catena del valore con funzionalità aggiuntive:



- Mappatura, normalizzazione e convalida rapida dei dati in entrata
- Fusione dei dati da tutte le fonti senza bisogno di scrivere codice, cioè con una piattaforma “no-code”
- Scalabilità illimitata per tutti i feed di prodotto in entrata
- Una dashboard centralizzata dei dati in cui le informazioni sui prodotti possano essere modificate in blocco su tutti i cataloghi

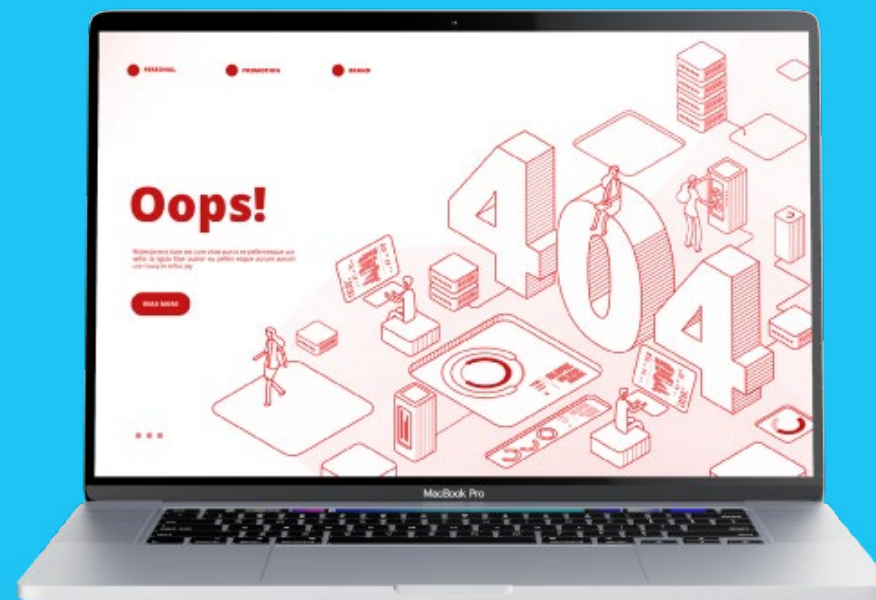
Onboarding di venditori e fornitori

Esistono molti tipi diversi di venditori e fornitori. La qualità e l'affidabilità dei dati esportati al loro rivenditore o marketplace possono variare notevolmente, soprattutto quando si tratta di masse enormi di dati. Le prime fasi dell'onboarding sono:

- Configurazione della trasformazione di tutti i dati in entrata
- Automazione delle regole di convalida e adeguamento
- Controllo della qualità dei dati

I venditori possono fornire i loro cataloghi di prodotti in formati diversi. Una volta che i dati sono stati inseriti nel sistema, la seconda fase di onboarding comprende quanto segue:

- Segmentazione dei dati e dei feed per specifiche campagne del brand.
- Applicazione di eventuali promozioni speciali ai dati in blocco
- Sincronizzazione dei dati di inventario locali per creare listini accurati
- Controllo di eventuali modifiche degli attributi e delle convenzioni di denominazione da parte dei brand.



Strumenti di onboarding: Che cosa evitare

Inserimento manuale

I dati dei prodotti di venditori e fornitori provengono da fonti frammentate e da sistemi eterogenei dei fornitori, con la creazione di fogli di calcolo complessi e poco maneggevoli. Gli errori umani finiscono per causare l'invio di dati incoerenti e inaffidabili ai consumatori.

Strumenti complessi, gestibili solo dagli sviluppatori

Qualunque sia lo strumento, è fondamentale che tutti i reparti dell'azienda possano accedere ai dati dei prodotti e gestirli facilmente senza coinvolgere l'IT. Idealmente, anche i team di marketing e di assistenza clienti dovrebbero essere in grado di modificare i dati o correggere eventuali errori.

Onboarding di **venditori e fornitori**



Mappatura dei dati

Panoramica centralizzata di tutti i flussi dei dati di prodotto, dal fornitore/ venditore al feed di esportazione.



Fusione di dati

Possibilità di consolidare i set di dati in qualsiasi formato



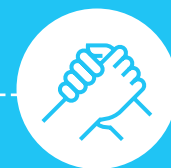
Modifiche in blocco

Funzioni di modifica automatica e manuale dei dati di prodotto in entrata e nel feed di esportazione



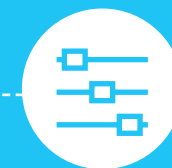
Coinvolgimento della direzione

Coinvolgimento di tutta l'organizzazione, dalla direzione all'IT



Facilità di onboarding dei team

Processo di onboarding semplice per tutti i team che lavorano con lo strumento



Scalabilità e flessibilità

La soluzione deve essere scalabile e agile per adattarsi alla rapida evoluzione dell'area di retail omnicanale

Vantaggi dell'utilizzo dei moderni strumenti P2C per l'onboarding dei dati

Per creare un'esperienza disenza interruzioni per fornitori e venditori, è fondamentale che il software, o il sistema, sia in grado di eseguire tutte le attività descritte in precedenza, con il massimo grado di automazione possibile. Le tecnologie P2C (product-to-consumer) utilizzano l'intelligenza artificiale (AI) per mappare, normalizzare e fondere tutti i tipi di cataloghi. Gli strumenti P2C sono in grado di comprendere automaticamente quali sono i dati, da dove provengono e dove devono andare.

Solo una strategia di gestione P2C consente di realizzare tutti i vantaggi precedenti in un modello di crescita orientato al futuro. Productsup è la piattaforma P2C leader, e offre l'infrastruttura e le capacità necessarie per consentire la condivisione dei dati delle prestazioni, consentendo a te e ai tuoi partner di essere sempre coordinati. In questo modo avrai più tempo per concentrarti sulla crescita dell'azienda, migliorare l'esperienza del cliente e la coerenza fra mercato e prodotti, anziché sprecare tempo e risorse preziose per correggere i processi e risolvere i problemi. Ecco alcuni dei risultati che si possono ottenere adottando una strategia P2C nel processo di vendita di fornitori e fornitori:



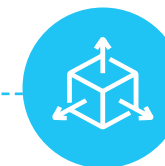
1. Assortimenti di prodotti più ampi

Quando le aziende bruciano le loro risorse per una semplice gestione degli assortimenti di prodotti esistenti, diventa difficile crescere e modernizzare. Tuttavia, le aziende possono crescere automatizzando i processi di manutenzione e semplificando le integrazioni iniziali. Inoltre, possono integrare rapidamente nuovi venditori e fornitori, aumentando l'assortimento di prodotti nello spazio di un giorno.



2. Migliori strategie commerciali e di acquisto

Oggi ogni aspetto del business deve essere ottimizzato per massimizzare la competitività. Questo include le strategie di acquisto. Prassi di onboarding più rapide fanno in modo che gli acquirenti abbiano una panoramica chiara e tempestiva delle loro scelte di acquisto. Non è necessario rimanere ancorati agli stessi prodotti o alle stesse strategie. Al contrario, un acquirente può ottimizzare i propri acquisti e raggiungere i propri obiettivi a lungo termine. Una visuale chiara consente agli acquirenti non solo di assicurarsi l'offerta migliore, ma anche di accedere ai prodotti più validi e moderni in circolazione.



3. Agilità aziendale, time to market più breve, clienti più soddisfatti

I marketplace e i rivenditori sono sottoposti a notevoli pressioni perché siano agili e reattivi alla continua evoluzione di tendenze e ambienti. Devono sempre seguire l'ultima tendenza, rispondere alle ultime offerte e cercare di arrivare primi sul mercato con i prodotti più recenti. Per tenere il passo con le grandi organizzazioni come Amazon, le aziende devono muoversi rapidamente e immettere sul mercato prodotti nuovi in tempi brevi. Quando un'azienda è in grado di gestire qualsiasi tipo di formato o file di dati di prodotto, può ridurre il carico di lavoro dei suoi fornitori, trasformare facilmente i prodotti e proporli al pubblico.

Vantaggi dell'utilizzo dei moderni strumenti P2C per l'onboarding dei dati



4. Riduzione delle spese e del lavoro dei reparti

Sia che un'azienda si occupi internamente dell'inserimento dei dati, sia che si rivolga a un'agenzia, farà uso di risorse. Questo comporta un costo per un'agenzia o un team interno che gestiscano il carico di lavoro. Tuttavia, spesso le strategie meno efficienti richiedono l'inserimento manuale dei dati. Nel migliore dei casi, potrebbero utilizzare un semplice strumento che richiederebbe tuttavia un notevole intervento umano. Con l'automazione dei processi di onboarding dei fornitori, un'azienda può ridurre rapidamente il dispendio di risorse e consentire agli attuali stakeholder di dedicarsi a compiti più importanti.

5. Mantenimento dei fornitori esistenti e acquisizione di nuovi fornitori

Che cosa è importante quanto la crescita rapida e l'incremento dell'assortimento? La soddisfazione dei fornitori. Attualmente, i fornitori devono dedicare un grande impegno alla condivisione dei loro cataloghi. Devono realizzare con cura e attenzione ogni anno un numero di cataloghi che può variare da qualche decina a diverse migliaia. Potrebbero anche dover chiamare solo per confermare lo stato del loro catalogo. Grazie al miglioramento delle prassi di onboarding, il carico di lavoro dei tuoi fornitori può essere notevolmente ridotto, rendendoli più propensi a valutare positivamente la tua collaborazione commerciale. Inoltre, l'alleggerimento dei requisiti del catalogo dei prodotti ti consente di lavorare con aziende che in precedenza non erano in grado di gestire i requisiti del catalogo, come le startup o le PMI.

6. Gestire i processi all'interno dell'azienda o soddisfare la clientela

Le agenzie che si assumono il controllo del processo di onboarding offrono alle aziende un grande valore per la loro clientela. Permettono ai team di concentrarsi su lavori più importanti e trasformativi, anziché sull'onboarding. Tuttavia, le agenzie che utilizzano metodi obsoleti possono diventare costose. Per rivenditori e distributori, una soluzione efficace di onboarding dei fornitori consente di spostare il lavoro all'interno dell'azienda, eliminando completamente la necessità di agenzie esterne. Per le agenzie, prassi di onboarding più efficienti aiuteranno a velocizzare il lavoro, anticipare i concorrenti e mantenere soddisfatti i clienti.

Conclusione

Alle aziende occorre un approccio basato sulla tecnologia, in cui tutti i reparti lavorino fianco a fianco per garantire la migliore qualità possibile dei dati di prodotto: uniformità, precisione, affidabilità e, soprattutto, gestibilità. In poche parole, l'obiettivo consiste nell'importare senza problemi i dati di prodotto da fornitori e venditori, aggiungere valore a quei dati lavorando all'interno e farli arrivare al cliente finale attraverso i canali interni ed esterni.

Quando i dati di prodotto saranno coerenti e aggiornati, sarai in una situazione ideale per capitalizzare le maggiori opportunità di aumento dei ricavi. Inoltre, potrai scalare e far crescere la tua attività rapidamente e in modo da concederti un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti che non utilizzano le tecnologie P2C.

La Soluzione per l'onboarding di venditori e fornitori di Productsup ti garantisce un'unica fonte attendibile per ciascun prodotto. Tutto questo si traduce in una maggiore efficienza nell'importare, elaborare e arricchire i dati di prodotto provenienti da più cataloghi. Soprattutto, viene eliminata qualsiasi incoerenza dei dati fra i diversi canali di marketing e i punti di contatto con i clienti, incentrando maggiormente sul cliente la tua offerta di prodotti. Questo consente alla tua azienda di superare l'anarchia commerciale e conquistare il successo nel commercio.

Mettiti in contatto con noi e [pianifica un colloquio](#) con il nostro team dedicato all'onboarding di venditori e fornitori, che potrà illustrarti questa e altre soluzioni per superare l'anarchia commerciale. Puoi anche visitare il nostro sito web e [creare un tuo video dimostrativo](#) per vedere come funziona la nostra esclusiva piattaforma P2C.



Più controllo!

Prendi in mano il controllo completo di tutti i dati in entrata con le dashboard centralizzate



Più efficienza!

Libera le risorse e risparmia centinaia di ore di inutile lavoro manuale



Più coerenza!

Garantisci la coerenza del brand e l'accuratezza dei dati in tutti i punti di contatto.

Productsup³

Empowering commerce

Contattaci oggi stesso!

hello@productsup.com

www.productsup.com/it

