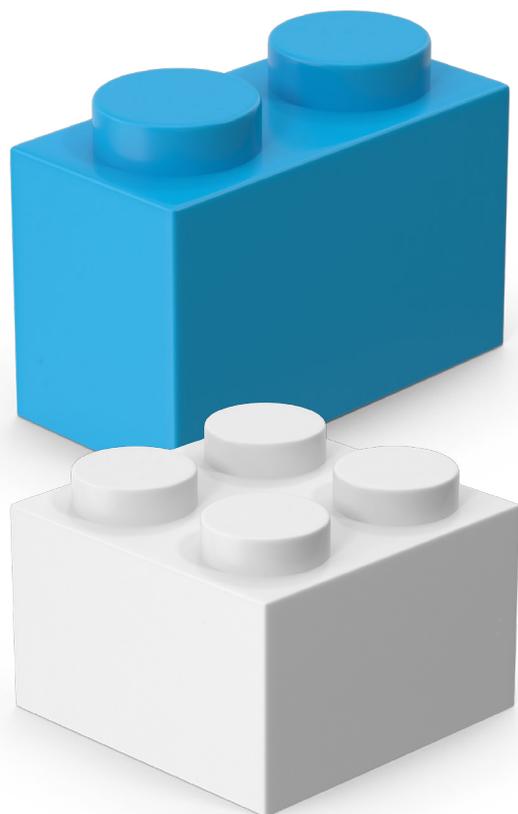
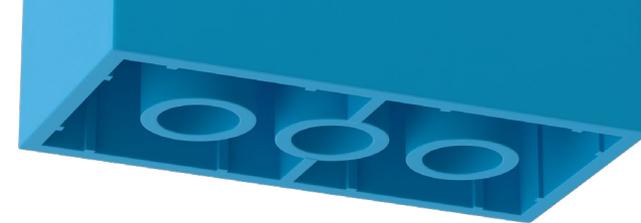




Ponga en forma los datos de sus productos

Productsup permite a las **empresas recopilar, fusionar y consolidar fácilmente los datos de los productos de varios proveedores**

Índice



Introducción	3
De hojas de cálculo a excelentes experiencias de cliente	4
Incorporación de información del producto	5
Incorporación de vendedores y proveedores	7
Lista de comprobación de incorporación de vendedores y proveedores	8
Los beneficios de usar herramientas P2C modernas de incorporación de dato	9
Conclusión	11

Introducción

La complejidad dentro del mundo digitalizado del comercio minorista ha alcanzado proporciones épicas. Sin un partner de soluciones de product-to-consumer (P2C) o la implicación de un equipo de técnicos de feeds de productos dedicado, ya no es posible mejorar y preparar los catálogos de productos de proveedores en feeds limpios para canales publicitarios, software de gestión de información de productos y marketplaces o sitios web de comercio electrónico.

La complejidad del comercio minorista, también conocida ahora como anarquía comercial, está obligando a las empresas a desperdiciar ingentes cantidades de tiempo y recursos preparando, optimizando y actualizando manualmente los catálogos de productos. Debido al gran volumen de trabajo manual innecesario, las empresas corren el riesgo de proporcionar datos de productos inexactos o incluso dejar fuera de sus catálogos atributos fundamentales como el precio o las existencias.

Incluso los casos aislados de datos de productos o información de pedidos inexactos pueden dañar las marcas porque los consumidores pierden rápidamente la confianza en las empresas que muestran información o detalles de productos incorrectos. Una **Solución de incorporación de vendedores y proveedores** impulsada por lo último en tecnología product-to-consumer (P2C) es una herramienta básica que liberará tiempo y recursos, y ayudará a evitar que la anarquía comercial afecte negativamente la experiencia del cliente. Los sistemas que utilizan inteligencia artificial (IA) para automatizar tareas que antes eran manuales son el futuro de la gestión de catálogos de productos. La IA permite a las empresas que gestionan cientos de miles de códigos de referencia SKU limpiar y optimizar catálogos sin solicitar asistencia a los departamentos de TI.

Una solución P2C de incorporación de vendedores y proveedores también proporciona a las organizaciones más tiempo y recursos para trabajar en la creación de planes de crecimiento ambiciosos, al tiempo que reduce o elimina drásticamente los errores comunes típicos de la gestión manual de catálogos.



De hojas de cálculo a excelentes experiencias de cliente



Nunca ha sido más difícil crear datos de productos compatibles, precisos y convincentes; especialmente para las empresas que gestionan múltiples catálogos de productos antes de enviarlos a los consumidores en sitios web o marketplaces. La tarea se vuelve aún más complicada para las empresas que fusionan y mejoran numerosos catálogos de vendedores o proveedores en un feed de exportación ordenado. Hay muchas soluciones tecnológicas fragmentadas en el mercado que hacen que partes de esta tarea sean más fáciles. Pero casi todas las soluciones aún requieren una considerable cantidad de trabajo manual cuando se trata de crear eventos de ventas u optimizar las listas de productos en los feeds de exportación y catálogos de productos. Con decenas o incluso cientos de miles de códigos de referencia SKU en varios catálogos, la edición en bloque basada en reglas o el control de calidad respaldado por IA son fundamentales.

El cumplimiento de los requisitos del canal, los atributos armonizados, las imágenes, los vídeos o las descripciones convincentes de los productos ya no son suficientes para satisfacer las expectativas de los consumidores. Los consumidores ahora exigen excelentes experiencias de compra, lo que ejerce una gran presión sobre los fabricantes y las marcas para que **distribuyan contenido de productos que sea coherente y de alta calidad**. Los revendedores, los marketplaces y los puntos finales de marketing también se sienten presionados para llevar a cabo incorporaciones y sindicación de datos de productos de primera orden.

Hasta ahora, la mayoría de las soluciones de gestión de datos de productos y gestión de datos maestros se han centrado en procesos internos y las correspondientes tecnologías, que llegaron en forma de plataformas PIM y MDM. A pesar de que ayudan a gestionar datos, estos sistemas no proporcionan soluciones integrales que aborden el problema más amplio de la experiencia del cliente, y cómo y en qué estado llega la información a los clientes.

Incorporación de información del producto



La incorporación de datos de vendedores y proveedores implica esencialmente adquirir diferentes tipos de datos de suministradores o proveedores. Estos datos o información del producto pueden incluir cualquier tipo de datos y atributos, como información sobre el producto, el precio y el proveedor, así como atributos descriptivos del producto que varían según la categoría del producto.

El proceso de incorporación de datos de productos de proveedores es fundamental para los distribuidores y los marketplaces que son responsables de crear sus propias ofertas de productos con capacidad de escala. La implementación de prácticas y procesos de incorporación mejores y más automatizados no solo mejora las posibilidades de aumentar los ingresos por ventas, sino que también puede generar grandes ahorros en tiempo y recursos.

Hay dos fases para la incorporación de datos de productos:

- La integración inicial de los feeds o catálogos del vendedor y del proveedor en un sistema
- La combinación y optimización de dichos datos para el feed de exportación y/o el catálogo de productos.

Incorporación de información del producto

La mayoría de los distribuidores y marketplaces operan con múltiples sistemas para poder ejecutar las dos fases anteriores. Sin embargo, el proceso de incorporación siempre se complica debido a algunos o todos los problemas a continuación:

- Procesamiento manual de datos de productos en varios formatos
- Escritura de código personalizado para la gestión de excepciones
- Asignación, normalización y validación de los datos
- Combinación de datos a través de múltiples fuentes, estándares y tipos
- Adaptación a nuevas líneas de productos o variantes con características/atributos adicionales
- Los proveedores exigen un tiempo de comercialización más rápido para nuevos productos o promociones especiales
- La creación de una experiencia de incorporación fácil para los vendedores y proveedores

Todos estos problemas pueden suponer una gran carga para los equipos encargados de incorporar a los vendedores y proveedores. Las soluciones tradicionales de PIM o MDM solo pueden ayudar a superar algunos de estos obstáculos. Sin embargo, las soluciones temporales necesarias para mejorar los datos o realizar ajustes rápidos no cuentan con capacidad de ampliación, especialmente si los catálogos de productos que entran al sistema contienen cientos de miles de códigos de referencia SKU.

Un buen proceso de incorporación de datos de productos requiere una solución de software o una tecnología que pueda sustituir o recibir el trabajo completado por las soluciones MDM y PIM y luego mejorar la cadena de valor al añadir capacidades:



- Asignar, normalizar y validar rápidamente los datos entrantes
- Combinar datos de todas las fuentes sin necesidad de codificación, es decir, a través de una plataforma sin código
- Ofrecer escalabilidad ilimitada para todos los feeds que entran
- Un panel de datos centralizado donde la información del producto se puede manipular en bloque en todos los catálogos

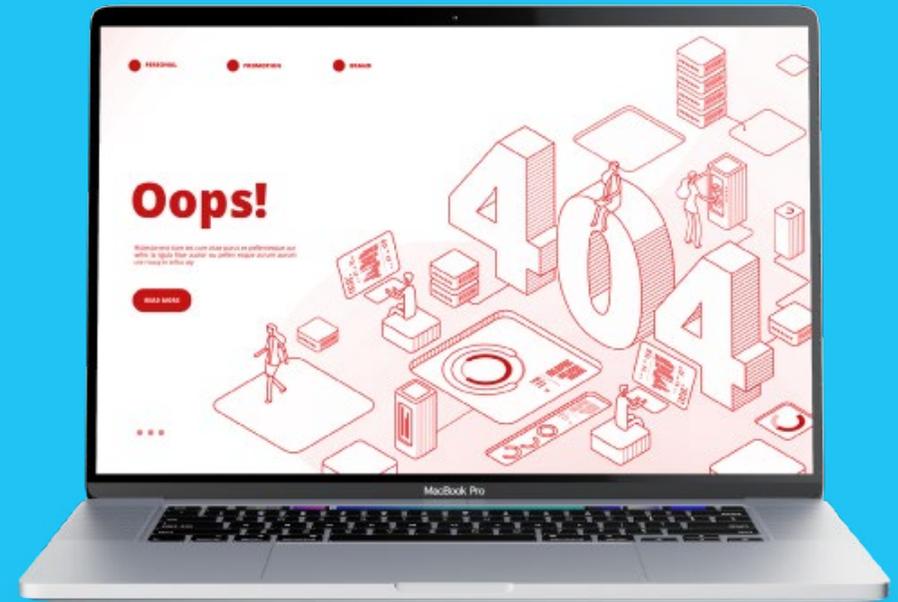
Incorporación de vendedores y proveedores

Hay muchos tipos diferentes de vendedores y proveedores. La calidad y fiabilidad de los datos que exportan a sus distribuidores o marketplaces pueden variar mucho, especialmente cuando se trata de enormes volúmenes de datos. Los primeros pasos necesarios para la incorporación son:

- Configurar la transformación de todos los datos entrantes
- Automatizar las reglas de validación y ajustes
- El control de calidad de los datos

Los vendedores pueden proporcionar sus catálogos de productos en varios formatos. Una vez que los datos están en el sistema, el segundo paso de incorporación es:

- Segmentar datos y feeds para campañas específicas de marca
- Aplicar cualquier promoción especial para los datos en bloque
- Sincronizar los datos del inventario local para obtener registros precisos
- Investigar si las marcas han cambiado los atributos y las convenciones de nomenclatura



Herramientas de incorporación: Que evitar

Entradas manuales

Los datos de productos de vendedores y proveedores se compilan a partir de fuentes fragmentadas y sistemas de proveedores dispares, lo que genera hojas de cálculo complejas y difíciles de gestionar. Los errores humanos eventualmente conducen a que se envíen datos incoherentes y poco fiables a los consumidores.

Herramientas complejas que solo los desarrolladores pueden administrar

Sea cual sea la herramienta, es crucial que todos los departamentos de la empresa puedan acceder y administrar fácilmente los datos del producto sin involucrar al departamento de TI. Preferiblemente, los equipos de marketing y los servicios de atención al cliente también deberían poder manipular datos o corregir cualquier error por sí mismos.

Lista de comprobación de incorporación de vendedores y proveedores



Asignación de datos

Del proveedor al feed de exportación, una visión general centralizada de todos los flujos de datos de productos



Combinación de datos

Capacidad para consolidar conjuntos de datos en cualquier formato



Edición masiva

Capacidades de edición en bloque automatizada y manual para los datos de productos entrantes, así como en el feed de exportación



Compromiso de la dirección

Compromiso por parte de toda la organización, desde la dirección hasta el departamento de TI



Integración fácil del equipo

Fácil proceso de incorporación para todos los equipos que trabajan con la herramienta



Escalabilidad y flexibilidad

La solución debe contar con capacidad de ampliación y debe ser ágil para adaptarse al espacio minorista omnicanal que cambia rápidamente.

Los beneficios de usar herramientas P2C modernas de incorporación de datos

Para crear experiencias de incorporación perfectas tanto para vendedores como para proveedores, es crucial que el software o el sistema pueda ejecutar todas las tareas anteriores, con la mayor automatización posible. Las tecnologías de product-to-consumer (P2C) utilizan inteligencia artificial (IA) para asignar, normalizar y combinar todos los tipos de catálogos. Las herramientas de P2C cuentan con la capacidad para determinar automáticamente cuáles son los datos, de dónde provienen y hacia dónde deben ir.

Solo una estrategia de gestión P2C te permitirá colocar todas las ventajas descritas anteriormente en un modelo de crecimiento orientado al futuro. Productsup es la plataforma P2C líder, que ofrece la infraestructura y la capacidad necesarias para permitir el intercambio de datos de rendimiento, para que tú y tus partners estéis siempre en sintonía. Dejándote más tiempo para concentrarte en el crecimiento del negocio mediante la mejora de la experiencia del cliente y la adherencia al mercado de productos en lugar de perder tiempo y recursos valiosos arreglando procesos y resolviendo problemas. Estos son algunos de los resultados que se pueden lograr mediante la adopción de una estrategia P2C dentro de tu proceso de incorporación de vendedores y proveedores:



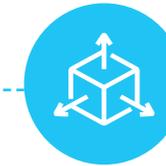
1. Mayores surtidos de productos

Cuando las empresas queman recursos simplemente gestionando los surtidos de productos existentes, se vuelve realmente difícil crecer y modernizar dichos surtidos. Sin embargo, las empresas pueden crecer mediante la automatización de los procesos de mantenimiento y la optimización de las integraciones iniciales. Las empresas pueden integrar rápidamente nuevos vendedores y proveedores, aumentando sus surtidos de productos de la noche a la mañana.



2. Mejores estrategias comerciales y de compra

Todas las facetas de los negocios actuales deben optimizarse para lograr el máximo grado de competitividad. Eso incluye estrategias de compra. Las prácticas de incorporación más rápidas facilitan que los compradores obtengan una visión general clara y oportuna de sus opciones de compra. No hay necesidad de ceñirse a los mismos productos o estrategias. En cambio, un comprador puede optimizar su compra y lograr objetivos a largo plazo. Un control claro permite a los compradores asegurarse de que están eligiendo la mejor oferta y también de tener acceso a los productos más relevantes y modernos disponibles en el mercado.



3. Agilidad comercial, menor tiempo de comercialización, clientes más satisfechos

Los marketplaces y los minoristas están bajo mucha presión para ser ágiles y receptivos a las tendencias y entornos en constante cambio. Siempre necesitan tener las últimas tendencias, igualar las últimas ofertas y tratar de ser los primeros en comercializar los productos más recientes. Mantenerse al día con empresas poderosas como Amazon hace que sea necesario que estas empresas se muevan rápidamente y lancen nuevos productos al mercado rápidamente. Cuando una empresa puede gestionar cualquier tipo de formato o archivo de datos de productos, puede reducir la carga de trabajo de sus proveedores y puede transformar fácilmente estos productos y canalizarlos al público.

Los beneficios de usar herramientas P2C modernas de incorporación de datos



4. Reducción del gasto y el trabajo de los distintos departamentos.

Ya sea que una empresa incorpore datos internamente o a través de una agencia, esta estará recurriendo a recursos. Eso significa que está gastando dinero en una agencia o en un equipo interno para gestionar la carga. Generalmente, las estrategias menos eficientes a menudo requieren la entrada manual de datos. En el mejor de los casos, es posible que utilicen una herramienta muy simple que aún requiere mucho aporte humano. Al automatizar los procesos de incorporación de proveedores, una empresa puede reducir rápidamente su gasto en recursos y permitir que las partes interesadas existentes asuman tareas más significativas.

5. Mantén contentos a los proveedores existentes y encuentra otros nuevos

¿Qué es tan importante como crecer rápidamente y expandir tu surtido? La satisfacción del vendedor. Actualmente, los vendedores o comerciantes tienen que llevar a cabo mucho trabajo para compartir sus catálogos. Deben elaborar con cuidado y esmero miles de catálogos cada año. Es posible que incluso tengan que llamar solo para confirmar el estado de su catálogo. Al incorporar mejores prácticas de incorporación, la carga de trabajo de sus proveedores se puede reducir en gran medida, lo que hace que sea más probable que vean tu asociación comercial de manera más positiva. Además de esto, los requisitos relajados del catálogo de productos te permiten trabajar con empresas que antes no podían gestionar los requisitos de tu catálogo de productos, como startups o pymes.

6. Mantén los procesos internos o mantén contentos a los clientes

Las agencias que toman el control del proceso de incorporación ofrecen a las empresas un gran valor para sus clientes. Estas permiten que los equipos se centren en un trabajo transformador más significativo en lugar de la incorporación. Sin embargo, las agencias que utilizan métodos anticuados pueden volverse costosas. Para minoristas o distribuidores, una sólida solución de incorporación de vendedores les permitirá mover el trabajo internamente y eliminar por completo la necesidad de agencias externas. Para las agencias, las prácticas de incorporación más eficientes las ayudarán a trabajar más rápido, adelantarse a la competencia y mantener a sus clientes satisfechos.

Conclusión

Las empresas necesitan una estrategia basada en la tecnología en la que todos los departamentos trabajen codo con codo para garantizar la mejor calidad posible para los datos de sus productos: uniformidad, precisión, fiabilidad y, sobre todo, gobernanza. En pocas palabras, tu objetivo es una importación fluida de datos de productos de vendedores y proveedores, añadiendo valor a esos datos internamente y luego enviándolos a través de tus canales internos y externos hasta el cliente final.

Cuando los datos de tus productos sean coherentes y estén actualizados, estarás en la posición perfecta para capitalizar las mayores oportunidades de ingresos. Y también puedes ampliar y hacer crecer tu negocio rápidamente y de una manera que podría brindarte una ventaja competitiva frente a tu competencia que no utiliza tecnologías P2C.

La solución de incorporación de vendedores y proveedores de Productsup garantiza que tengas una única fuente de información para cada producto. Todo esto se traduce en una mayor eficiencia al importar, procesar y enriquecer los datos de productos de múltiples catálogos. Y lo más importante, elimina cualquier incoherencia de datos en los varios canales de marketing y puntos de contacto con el cliente, haciendo que tu oferta de productos esté más centrada en el cliente. Esto aleja a tu empresa de la anarquía comercial y hacia el éxito comercial.

Ponte en contacto con nosotros y [organiza una llamada con nuestro equipo de incorporación](#) de proveedores y vendedores, ellos podrán explicarte esta y otras soluciones para superar la anarquía comercial. También puedes visitar nuestro sitio web y [crear tu propio vídeo de demostración](#) para ver cómo funciona nuestra exclusiva plataforma P2C.



¡Más control!

Asume el control total sobre todos los datos entrantes en paneles centralizados



¡Más eficiencia!

Libera recursos y ahorra cientos de horas de trabajo manual innecesario



¡Más coherencia!

Garantiza la coherencia de la marca y la precisión de los datos en todos los puntos de contacto

Productsup³

Empowering commerce

¡Contáctanos hoy mismo!

hello@productsup.com

www.productsup.com/es

