

ビジネスを成功へ導く新ルール:4つの「P」はもう時代遅れ。これからは6つの「P」の時代に。

製品情報の管理に関する考慮事項とマスターデータ管理 (MDM) のメリット

マーケティングには、4つの「P」という基本概念があります。これは、複雑なマーケティングを、4つの柱（製品、価格、場所、プロモーション）に分けて考えていくものです。同様に、IT分野でも複雑なシステムやプロセスをシンプル化するメソッドはありますが、急増する製品情報の管理や品質向上にかけては、そう単純には行きません。

そこで、本書では製品情報管理のルールとなる6つの「P」をご紹介します。マスターデータ管理 (MDM) などのツールを使用して製品情報を管理すれば、製品情報を最大限に活用して商品の市場投入までの期間を短縮したり、顧客エクスペリエンスを向上して競争力を強化することで、ビジネスの成長を促進できるようになります。



マーケティングの4Pは、複雑なマーケティングの法則をシンプル化するための概念です。同様に、IT分野でも複雑なシステムやプロセスをシンプル化するコツがあります。本書では、製品データ管理のルールとなる6つの「P」をご紹介します。”

製品情報管理の6つの「P」

P1 チーム編成



製品情報を効果的に管理するためには、まず適切な人材を選ぶ必要があります。プロジェクトを率いるリーダーは、製品情報管理について戦略的な視点で取り組む必要があります。また、その下で実務を遂行するチームは、データ管理の不備が原因で発生しているビ

ジネス課題に精通し、最適な商品マスターデータ管理ソリューション（製品情報管理 (PIM) ソリューション）を導入することのメリットをしっかりと認識しなければなりません。

プロジェクトリーダーとチームが協力してビジネスケースを構築し、社内のサポートや承認をスムーズに受けるための体制を整える必要があります。誰もがいつも協力的であるとは限りません。中には複数のアプリを組み合わせ、分散データを個別に管理する既存のアプローチに満足している社員もいるでしょう（最近の事例では、5つのアプリを使い分けている企業もありました!）。しかし、将来をしっかりと見据えている企業なら、必ず優秀な人材がいるは

P2 プロセス



デジタルトランスフォーメーションの取り組みは、特にデータに関係する場合、チーム全員に達成可能なプロセスを確立し、プロセスの評価と遂行を徹底しないと失敗に終わります。プロセスの確立の際は、そのメソッド、責任者、他のプロセスとの相関関係/依存関係、企業にもたらすメリットを明確に記載する必要があります。

また、データガバナンス（正確性/整合性/一貫性/アクセスビリティの確保、保存期間の設定、プライバシー保護の確立）や、業務フロー、データモデリング、セキュリティ、データのスチュワードシップなどを考慮に入れることも必要です。プロセスの各面が失敗した場合の影響を明確に示し、理想的な成果を上げる上で、技術ソリューションが不可欠であることを強調してください。

また、データガバナンス（正確性/整合性/一貫性/アクセスビリティの確保、保存期間の設定、プライバシー保護の確立）や、業務フロー、データモデリング、セキュリティ、データのスチュワードシップなどを考慮に入れることも必要です。プロセスの各面が失敗した場合の影響を明確に示し、理想的な成果を上げる上で、技術ソリューションが不可欠であることを強調してください。

P3パフォーマンス



優秀な人材を揃え、プロセスを確立しても、それを的確に遂行するための技術がなくてはうまく行きません。MDMソリューションは多岐にわたり、一見どれも似ているように見えるかもしれませんが、技術のほとんどがそうであるように、拡張性、柔軟性、使いやすさは製品により大きく異なります。事業目標やニーズに合わせて、必要な機能を搭載している技術を選択することが重要です。当社のソリューションが他社と一線を画している理由は、複数のドメインをシームレスに連結できる機能があるからです。どのソリューションを選択するにしても、貴社のビジネスニーズや期待に応えるものであることが肝心です。

P4ソリューションの位置付け



マスターデータ管理を導入する際、比較的規模の小さい、戦術レベルのソリューションの実装については、重役レベルにビジネスメリットを確約したり、承認を得る必要がないため、比較的進めやすいでしょう。戦略レベルのソリューションを実装する場合には、ソリューションが提供する機能や、必要な投資について、より慎重に考慮する必要があります。部署間の連携体制が確立されていない企業の場合、必要な資金を確保し、各部署のリーダーから理解と協力を得ることができかどうかは、ソリューションの位置づけで決まります。予算と協力の両方を得ることができるよう綿密に働きかけてください。

P5忍耐と根気



製品情報を管理し、事業目標と戦略を評価して、MDMの導入を開始することは、一夜でできることではありません。プロジェクトを成功させるためには、体系的に物事を進め、エグゼクティブの積極的な協力を得る必要があります。

製品情報管理の効率化を目指していることを忘れず、困難が生じてもしっかり冷静に対処して行けば、いずれ道は大きく拓けるはずです。その結果、業務変革、業務中断の回避、顧客エクスペリエンスの改善などの事業目標を達成し、全社レベルで戦略的に競争力を強化できるでしょう。

P6パートナー



最後のステップは、貴社のニーズに適切に対応できるパートナーを選定することです。製品情報や顧客情報など、単一のデータドメインに適したソリューションは、他のドメインの拡張ができない分、柔軟性が大幅に制限されます。ひとつの分野で成果が出れば、必ずそれを

他の分野に応用したいというリクエストが出てくるため、柔軟性について予め慎重に考慮しておく必要があります。

もうひとつ注意しなければいけないのは、ベンダーが自社の売上だけを目指しているのか、それとも提携関係を通して必要なサポートを提供する姿勢があるのかということです。貴社のニーズを考えず、単に自社製品を「ごり押し」していないか注意してください。誠実なパートナーであれば、自社のニーズを先にすることはありません。

製品情報管理の6つの「P」を実践に移したいとお考えですか？

Stibo Systemsでは、貴社のビジネスを優先する「ビジネスファースト」のアプローチにより、事業目標に合わせた実装方法をご提案し、測定可能な成果を出すことで、差別化を実現しています。様々な業種に精通した専門家チームが、豊かな知識を活かしてクライアント様を成功へと導きます。そこが、当社のアプローチと統合MDMソリューションが他と一線を画している点です。企業のニーズはそれぞれ異なります。MDMの導入プロセスもそれに合わせて調整が必要です。一旦導入を開始すれば、大きなビジネス成果を実感できるでしょう。マスターデータ管理をビジネスに活用する詳しい方法については、Eメール (info@stibosystems.com) でお気軽にお問い合わせください。公式ウェブサイト (stibosystems.com) でも詳細をご覧ください。

About Stibo Systems

Stibo Systems, the master data management company, is the trusted source of MDM solutions based on a unique business-first, people-centric approach. Our solutions are the driving force behind forward-thinking companies around the world that have unlocked the strategic value of their master data; empowering them to improve the customer experience, drive innovation and growth, and create an essential foundation for digital transformation. Stibo Systems is a privately held subsidiary of the Stibo A/S group, founded in 1794, and is headquartered in Aarhus, Denmark. For more information, visit stibosystems.com.