

As novas regras de sucesso nos negócios: Os quatro P's estão fora. Agora é preciso contar com os novos seis P's.

O que você precisa para gerenciar os dados de produto e como o MDM pode ajudar sua empresa

Existe um conceito acadêmico conhecido como “Os quatro P's do Marketing”, que simplifica essa área complexa das empresas em quatro blocos básicos - produto, preço, praça (local de atuação) e promoção. As pessoas no mercado de TI têm maneiras semelhantes de dividir sistemas e processos, embora provavelmente digam que, quando se trata do gerenciamento dos dados de produtos, as coisas não são tão simples assim, sobretudo com o crescimento exponencial do volume e do valor dessas informações.

Com isso em mente, apresentamos agora os seis Ps recomendados para o gerenciamento de dados de produtos. Quando estiver pronto para resolvê-los - usando ferramentas como as plataformas de Master Data Management (MDM) -, você estará pronto para assumir o controle dos dados de seus produtos e aproveitá-los para agilizar o tempo de comercialização, melhorar a experiência dos clientes e, além disso, obter vantagens competitivas para impulsionar a inovação e o crescimento dos negócios de sua organização.

Os seis Ps essenciais para o gerenciamento de dados de produtos

P1 Pessoas



O gerenciamento efetivo dos dados de produto começa com o envolvimento das pessoas certas. Os líderes do negócio, por exemplo, devem ver essa missão como uma iniciativa estratégica. A equipe abaixo deles, por sua vez, precisa ter um entendimento completo dos desafios que o gerenciamento de dados está criando

para seus negócios e os benefícios que a implementação de uma solução de gerenciamento de dados mestres de produto (também conhecida como PIM ou gerenciamento de informações do produto) poderá trazer. Juntos, essas pessoas precisarão ser capazes de criar um projeto de aplicação da solução e, com isso, preparar a companhia para obter suporte e adesão à ação. Esses profissionais não existem em todas as empresas. Alguns líderes e chefes podem estar satisfeitos com a abordagem existente e, outros, talvez acreditem estar no caminho, mas acabam adotando uma combinação de aplicativos que criam um recurso ineficaz. A maioria das empresas, portanto, está de olho em quem tem talento e pode implementar essa estratégia de gestão. Depois de encontrar essas pessoas, vá para...



Os Quatro P's de Marketing simplificam uma disciplina complexa. As pessoas na TI têm maneiras semelhantes de dividir sistemas e processos. Com isso em mente, apresentamos os seis Ps para o gerenciamento de dados de produtos.”

P2 Processos



Ao implementar iniciativas de transformação digital - especialmente aquelas que envolvem dados -, uma coisa é certa: se você não tiver um conjunto de processos viáveis para todos avaliarem e se comprometerem com a ação, o fato é que o projeto falhará. Os processos devem mostrar claramente, como a implementação

será feita, quem será o responsável, como as diferentes tarefas serão relacionadas e ligadas, e quais os benefícios serão obtidas ao integrar a solução ao dia a dia da organização.

Além disso, também é preciso considerar os processos de governança - garantindo a precisão, integridade, consistência, acessibilidade, retenção e privacidade dos dados - bem como fluxo de trabalho, modelagem de dados, segurança e administração. Seja claro sobre as implicações de não entregar qualquer aspecto do processo, e qual é a importância real de uma solução desse tipo para entregar o resultado desejado pela empresa como um todo.

P3 Performance



Ter ótimas pessoas e processos só pode funcionar se a tecnologia por trás dela puder fazer o que for necessário. Há uma variedade enorme de soluções de MDM disponíveis no mercado, que podem ser empregadas e, na revisão inicial, parecem ser semelhantes. Mas, como na maioria dos aspectos da tecnologia, há muitas

diferenças em escalabilidade, flexibilidade e facilidade de uso. É importante alinhar o que a tecnologia pode oferecer com os objetivos e as necessidades da empresa. A capacidade de trabalhar diretamente em mais de um domínio é uma coisa que diferencia nossa própria solução. Certifique-se de que a solução escolhida atenda às demandas e expectativas que você definiu.

P4 Posicionamento



A implementação de uma solução tática para o MDM pode ser fácil, pois essa abordagem normalmente não envolve adesão significativa das lideranças nem afeta as vantagens comerciais de alto nível. As soluções que atendem a um nível mais estratégico, porém, exigem mais consideração, em termos daquilo que elas

são capazes e do investimento necessário. A maneira como você posiciona a solução para o gerenciamento interfuncional é essencial para o seu sucesso, em termos de obter apoio financeiro e um compromisso de obter a devida atenção no que pode ter sido uma organização isolada. Certifique-se de estar preparado para proteger os dois.

P5 Paciência / Persistência



Reconhecer que a necessidade de gerenciar dados de produtos, avaliar objetivos e estratégias e depois iniciar um plano para implementar o MDM não acontecerá da noite para o dia. Para ter sucesso, é preciso organizar a iniciativa de uma maneira estruturada, com forte patrocínio executivo. Aqueles

que permanecem no curso e tratam sua missão para obter controle sobre os dados do produto, e demonstram paciência e persistência no processo, apesar da probabilidade de adversidade, serão recompensados. O resultado: uma solução que atinge objetivos como possibilitar a transformação, evitando interrupções, melhorando o Consumer Experience e dando a toda a organização uma vantagem competitiva estratégica.

P6 Parceiros



O próximo e último passo é identificar o parceiro certo para suas necessidades. A flexibilidade é uma grande limitação de soluções que podem ser adequadas para um único domínio, como produto ou dados do cliente, mas não podem ser expandidas para outras pessoas posteriormente. Considere isso com cuidado, porque,

quando os benefícios começam a crescer, é natural perguntar sobre como aplicá-lo a outras partes do negócio. A outra coisa a procurar é um fornecedor comprometido em entregar o conceito de parceria ao invés de um que busca apenas fazer mais uma venda. Seja cauteloso, pois pode levar ao que parece tentar “colocar uma estaca quadrada em um buraco redondo”. Um verdadeiro parceiro nunca irá colocar as suas necessidades à frente das demandas de sua empresa.

Pronto para colocar os seis Ps de gerenciamento de dados de produtos para funcionar?

Na Stibo Systems, abordamos todas as implementações, colocando seus negócios em primeiro lugar, diferenciando benefícios que resolvem resultados específicos. Entregue por uma equipe com experiência em diversos setores comprometidos com a transferência de seus conhecimentos para garantir o sucesso de cada cliente. Isso é algo que acreditamos, que define a nossa empresa e o alcance de nossas soluções integradas de MDM.

Como cada empresa é única, a jornada de todos para implementar o MDM também será um pouco diferente. Mas quando você começar, os benefícios serão consistentes e voltados para o seu sucesso.

Saiba mais sobre como colocar o poder do gerenciamento de dados mestres em funcionamento na sua organização. Para saber mais, entre em contato conosco pelo e-mail contato@stibosystems.com ou acesse stibosystems.com.

Sobre a Stibo Systems

A Stibo Systems, empresa especializada em Gestão de Dados Mestres, fornece soluções confiáveis em MDM - Master Data Management, com base em uma abordagem exclusiva voltada para pessoas e negócios. A Stibo Systems promove a transformação digital nas empresas, tornando-se a força que revela o valor estratégico dos dados mestres, fortalecendo a experiência do cliente e impulsionando a inovação e o crescimento das organizações.

É uma subsidiária privada do grupo Stibo A / S, fundada em 1794 com sede corporativa em Aarhus, na Dinamarca.