

Cinco passos para planejar com sucesso o orçamento de um projeto MDM

Alcance seus objetivos de negócios com o planejamento certo

A transformação digital é mais do que apenas a mais recente tendência de negócios ou o jargão dos executivos. É uma mudança corporativa global - ocorrendo em todos os setores e impactando organizações de todos os tamanhos - que aumentou as expectativas dos clientes e o cenário competitivo. Mais do que automação, a transformação digital envolve fabricantes, empresas de bens de consumo embalados, varejistas e provedores de alta tecnologia, que estão passando por um processo de reengenharia sobre como eles operam, constroem produtos e entregam valor aos clientes.

Um catalisador para muitas empresas que fazem essa transição é o gerenciamento de dados mestres (MDM), que oferece benefícios tangíveis que, uma vez implementados com sucesso, incluem menores custos, maior eficiência, melhor gerenciamento da cadeia de suprimentos e

aumento de vendas. Por trás de toda implementação bem-sucedida de um MDM está um roteiro bem desenhado que estabelece as etapas necessárias para preencher a lacuna de ideiação para execução.

No entanto, muitas empresas hoje não planejam nem fazem o orçamento adequado para projetos de TI. Na verdade, o planejamento orçamentário deficiente é a razão pela qual 75% das empresas previram que seus projetos de software falhariam. Além disso, 80% dessas empresas admitem que gastam pelo menos metade do seu tempo na reformulação de suas implementações de software. Isso levanta a questão: como você inicia seu projeto de MDM? Os cinco passos abaixo dão a você uma base para criar e orçar um lançamento cuidadoso e completo, que acelera o tempo para agregar valor aos usuários e a sua empresa.

1. Adesão dos executivos para formação do buy-in



Seu primeiro passo no planejamento da sua implementação - e garantia de verbas orçamentárias - é obter a adesão dos executivos, e para isso você deve ter um esboço claro das metas, objetivos e

marcos relacionados do seu projeto. Se você passar seis meses examinando fornecedores de software, mas não tiver recebido aprovação do CFO em seu plano, poderá estar perdendo tempo. Identifique os executivos responsáveis pelas áreas que sua solução de MDM servirá e crie informações interfuncionais de seus departamentos.

Em seguida, apresente os benefícios, como entrega mais rápida do produto, experiências omnichannel sem descontinuidades, novos modelos de negócios e uma visão completa e em 360° dos clientes. Além disso, procure um defensor executivo que possa usar como defensor. Em seguida, use sua inteligência coletada e seu defensor para articular as barreiras técnicas e comerciais atuais que podem existir, como silos distintos, dados duplicados e processos errôneos.

2. Dados e tecnologia



Faça um inventário completo dos dados que você precisa como parte de seu projeto MDM. Um excelente lugar para começar é com dados associados a seus locais, sejam eles franquias, fábricas, escritórios corporativos, endereços de fornecedores ou parceiros. Mapeie as informações críticas que fazem parte da jornada para converter ao MDM e modelar seu negócio.

As partes interessadas, incluindo os executivos e todos aqueles com quem você trabalhou e ajudou a garantir o buy-in para o orçamento, devem ser inseridas em um comitê de direção para as ações de dados e tecnologia. Eles ajudarão a identificar as informações principais, até mesmo quais atributos relacionados a clientes, produtos e design, além de sistemas de informações para vendas, marketing, operações, fabricação e muito mais. Depois de pensar nos dados, lembre-se das licenças de software e hardware relacionados como parte do processo de planejamento de orçamento.

3. Migração



Estabeleça os dados que você deve migrar primeiro para alcançar o maior valor possível. Indústrias e organizações diferentes terão diferentes necessidades e objetivos. No entanto, independentemente

de você trabalhar em serviços financeiros, bens de consumo embalados, restaurantes de serviço rápido ou varejo, você deve tratar os dados como uma mercadoria e planejar como você integrará, gerenciará e administrará os dados de sistemas existentes.

Considere o tempo envolvido e como você conectará sua solução MDM à rotina para começar a operacionalizá-la. Podem ser dados de produtos que sejam usados para criar ofertas e publicar informações oportunas de e-commerce, ou dados de clientes necessários para o desenvolvimento de experiências de marketing e vendas omnichannel. Inclua também como distribuir dados a parceiros de varejo, o que melhora a obtenção de produtos nas prateleiras mais rapidamente e fornece conteúdo enriquecido de produtos na Web e em outros canais.

4. Fluxos de Trabalho



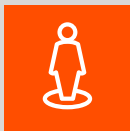
O orçamento para o MDM envolve a identificação das linhas de negócios e departamentos organizacionais que usarão dados mestres. Produtos, vendas, marketing, parceiros e fornecedores

terão necessidades diferentes. Entender os fluxos de trabalho de cada um desses grupos e seus casos de uso permite documentar requisitos técnicos que podem ser incluídos no seu orçamento.

Veja os sistemas envolvidos em cada fluxo de trabalho, incluindo ERP, CRM, automação de marketing, comércio eletrônico, ponto de venda e gerenciamento de estoque. Conduza entrevistas com usuários, solicite recomendações e peça para receber dados reais que possam ser mapeados para novos processos que tenham múltiplos pontos de contato e destinos.

5. Adoção do usuário

Certifique-se de que os gerentes responsáveis pelo treinamento, educação e comunicação estejam também envolvidos na promoção da solução junto aos usuários. Inclua marcos específicos que você pode relatar às partes interessadas, incluindo executivos, para demonstrar o valor da operacionalização de seus dados. Seu treinamento inicial pode ser realizado em sua empresa ou no fornecedor. Você também deve continuar os programas de educação que ocorrem regularmente após a implementação.



Não espere até os últimos estágios de planejamento e implementação para considerar como você promoverá seu programa e facilitará a adoção do sistema para os usuários e parceiros de negócios de sua organização e que usarão o MDM. Você deve traçar uma estratégia de comunicação abrangente para aumentar seu treinamento. Pense em eventos presenciais, seminários on-line, e-mails e canais internos (por exemplo, Slack e SharePoint) que você possa usar para atualizar os interessados.

Planejando seu MDM de forma simples

Um plano de MDM bem projetado, combinado a uma plataforma de MDM flexível, escalável e eficiente, resultará em uma grande oportunidade para agregar valor rapidamente a usuários e clientes corporativos. Ao começar com estes cinco blocos de construção, você faz as perguntas certas na frente para economizar tempo, dinheiro e recursos. Você identifica as partes interessadas do executivo, os dados e a tecnologia, os fluxos de trabalho, a estratégia de migração e os usuários corporativos antes que o primeiro software seja lançado. Ao considerar esses itens antecipadamente, você ajuda a proteger o orçamento, o buy-in e o suporte necessários para uma implantação bem-sucedida. Quer saber mais sobre como fazer o orçamento e lançar com sucesso um programa MDM para sua organização? Contate-nos em info@stibosystems.com ou visite 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.