



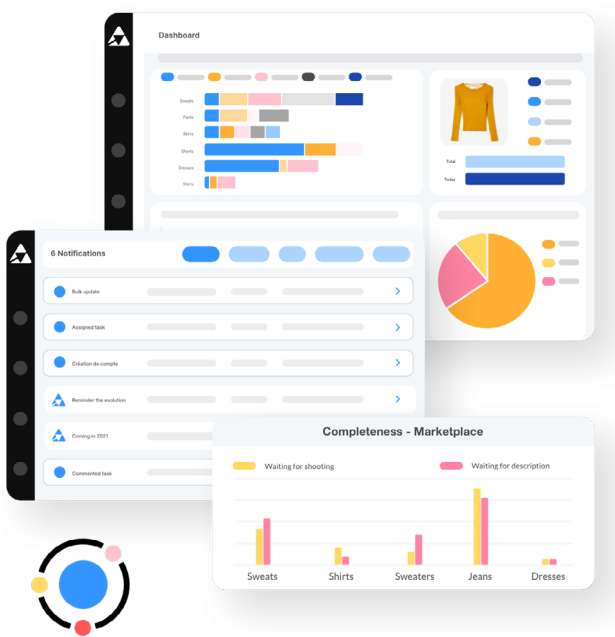
Comment intégrer son projet PIM à sa roadmap SI ?



Un projet PIM est comme son nom l'indique un projet, un élément clé de votre future ou actuelle stratégie SI, qui par conséquent se veut d'être soigneusement préparé si l'on veut le mener à bien et en tirer tous les bénéfices possibles.

Ce projet PIM doit donc avoir sa place totale, légitime et convenu dans votre plan d'action SI. Il convient de lui donner toute la considération qu'il mérite et de montrer qu'il fait désormais partie intégrante de votre stratégie en tant que projet PIM.

Pourquoi intégrer son projet PIM à sa roadmap SI ? Parce que le PIM y a toute sa place :

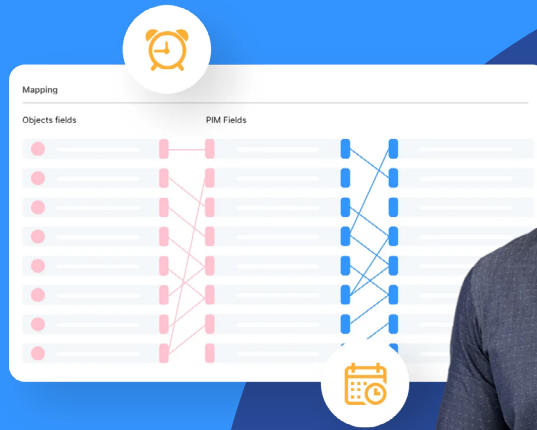


Le PIM est pas excellence la plateforme connectée au SI et à l'écosystème e-commerce de manière générale. Il est l'outil de performance omnicanale et opérationnelle. En plus d'être un projet simple, sollicitant peu les équipes, son **interopérabilité** et sa **flexibilité** lui permettent de **se connecter facilement aux autres plateformes de votre SI** : ERP, marketplaces, Print, CSM, DAM, solution de traduction comme Textmaster... Il est souvent **au coeur du système**, comme un centre névralgique qu'on ne peut omettre.

Le PIM doit être pensé et anticipé comme brique et rouage à proprement parler de votre stratégie SI, aussi bien dans son intégration et son déploiement, que dans son développement et son utilisation au quotidien. Ce faisant, il vous aidera à déployer par la suite d'autres projets, autres que liés au SI, touchant à d'autres domaines de votre marque, tout ceci en vous appuyant sur la richesse de ses fonctionnalités et les bénéfices apportés.

Comment faire pour l'intégrer et quelles sont les bonnes pratiques pour une intégration réussie ?

Penser le timing



L'aspect temporel vous invite à vous poser différentes questions relatives à l'intégration de votre projet PIM au sein de votre roadmap SI : en combien de temps le projet PIM va se déployer ? Quand sera-t-il opérationnel ? Combien de temps s'écoulera entre son implémentation, son paramétrage et la mise en service ?

Autant de questions auxquelles penser que de réponses qui doivent être en accord avec votre roadmap SI et votre stratégie de marque au global. **L'anticipation est le maître mot** dans ce cas précis et il vaut mieux prévoir large dans cette intégration de projet PIM pour **avoir une marge de manœuvre et s'assurer d'être flexible**.



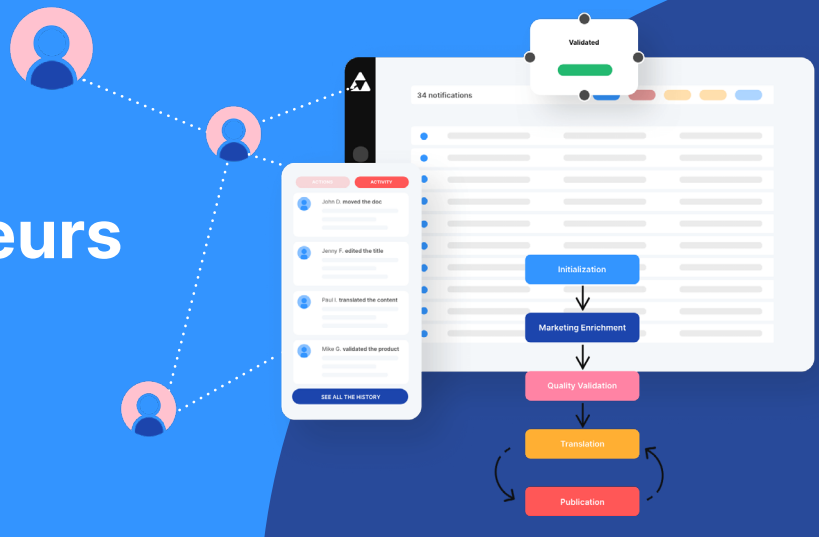
Le timing est alors crucial si vous avez par exemple **pour objectif de vous appuyer sur le PIM pour des temps forts commerciaux**, peut être propres à votre industrie et à votre secteur : Black Friday, Noël, Saint Valentin, Fêtes des Mères et Fêtes des Pères... êtes-vous certain ou certaine que votre PIM sera opérationnel pour cette période charnière qui représente un chiffre d'affaires conséquent pour votre entreprise ? **Si vous avez également des projets internes en cours de déploiement** (mise en place ou changement d'ERP, refonte ou création de site e-commerce...) **le PIM est la plateforme idoine venant vous faire gagner du temps et accélérant la mise en place de ces projets**.



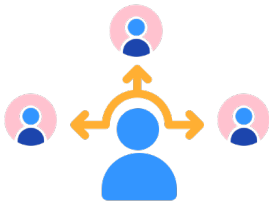
Pour ne prendre aucun risque, **l'estimation du temps pour livrer chaque fonctionnalité ou chaque phase d'implémentation du PIM peut être séquencée**, en prenant des jours de "marges" pour s'assurer un confort au niveau des délais. C'est le moment où les personnes les plus en charges du projet PIM en interne peuvent aussi prioriser les phases clés de déploiement du PIM pour l'activité de votre business, les besoins les plus urgents pour votre entreprise et les fonctionnalités du PIM dont vous avez le plus besoin selon le calendrier ou la nature même de votre activité.

Enfin, la définition d'une roadmap et l'intégration d'un projet PIM au sein de celle-ci prend en soi du temps. Il faut donc s'assurer d'y consacrer officiellement des plages horaires régulières afin d'y vouer le temps nécessaire et de s'y tenir. Par exemple, la marque **Petit Bateau** a décidé de créer des comités PIM internes, avec les parties prenantes concernées afin de visualiser les avancées du projet.

Inclure les porteurs et acteurs du projet PIM



Avant d'inclure les personnes en charge du projet PIM, il faut les définir en tant que futur(es) référents et référentes PIM.



Cette personne ou ces personnes seront amenées à jouer un rôle transverse pour mobiliser l'ensemble des utilisateurs en interne du PIM (Produit, Digital, Marketing, Commerciaux, IT...) **mais aussi les contributeurs externes** : prestataires, réseaux de distribution... Ce seront également elles qui assisteront aux ateliers destinés à chaque métier et dont les représentants assisteront de manière ponctuelle aux phases d'implémentation du PIM.

Pour un projet PIM, les personnes en charge du projet peuvent avoir différents métiers. En général nous retrouvons des Responsables SI, Chef de projet SI, Responsable Bases de données, Product Owner Digital Assets, Chef de projet digital et même des Responsable Marketing et/ou produit, ce qui est le cas chez [notre client Devialet](#) par exemple.

La collaboration en amont du lancement du PIM est clé car elle annonce ce que le PIM va par la suite amorcer : **des échanges fluides entre les équipes** mais également **une indépendance entre elles dans leur manière de travailler**. Les équipes peuvent travailler de leur côté sans avoir besoin de l'avancée des unes ou des autres, ce qui était le cas avant la mise en place du PIM chez la marque [De Neuville](#) par exemple. **Le PIM est collaboratif par essence** donc, il nécessite dans la phase d'avant projet et dans son implémentation, **une collaboration entre les équipes et les différents métiers**.

Comme lorsque le PIM sera opérationnel, les utilisateurs et contributeurs doivent savoir qui fait quoi et à quel moment. Il en est de même lors de l'intégration du PIM à la roadmap SI : qui est en charge de quelle mission ? Il faut parfois **établir un modèle RACI pour bien identifier les personnes idoines et leurs missions attribuées**.



“

« Il faut bien penser à onboarder les équipes métiers et à les engager, ce seront elles qui seront porteuses de votre projet. »

Sarah Colichet IT Business Analyst chez Petit Bateau



Se faire accompagner ?

L'intégration du PIM dans votre roadmap peut aussi passer par un accompagnement spécialisé. Des partenaires intégrateurs sont d'une grande valeur ajoutée pour les marques souhaitant intégrer leur projet PIM à leur roadmap SI. Ils offrent la possibilité de se projeter sur le long terme, d'implémenter des besoins spécifiques à votre activité et d'accompagner les marques le désirant sur de nouveaux projets qui peuvent venir s'appuyer sur le PIM.

Nos partenaires intégrateurs et agences sont nos choix de références en terme d'accompagnement de projet PIM et permettent à tous les clients qui ont pu bénéficier de cet accompagnement (Lalique, Sisley, Petit Bateau, Club Med, L'arbre Vert...) de pouvoir véritablement **se projeter sur le long terme**.

La vision macro des partenaires intégrateurs et agences est également un outil puissant : d'un point de vue fonctionnel et technique, ils ont une **vision globale de tous les "branchements" possibles et compatibles avec le PIM** : site e-commerce (Magento, Shopify, Prestashop...), marketplaces, connecteurs FAB-DIS / GSB / GDSN, traduction, médias ...

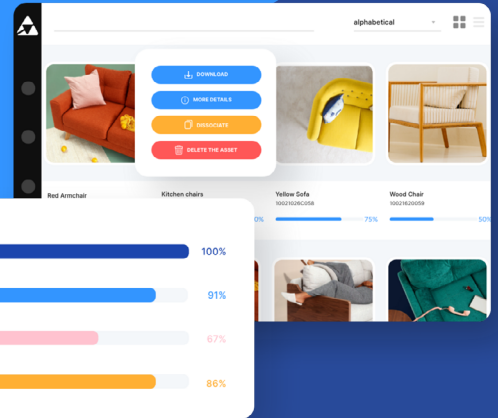


La méthodologie **Quable Air**, proposée par Quable permet également de **vous accompagner, de se projeter dans l'onboarding et de cadrer l'ensemble du projet PIM**. Ce type d'accompagnement permet d'**envisager la période d'onboarding dans la roadmap** paramétrage et cadrage, puis la **mise en place des flux**. La méthodologie Quable Air donne la possibilité de **respecter les deadlines** et le timing, d'**instaurer**

un atelier par semaine pour que le **PIM soit correctement configuré** en fonction de ce que la marque décide de mettre en place. Se faire accompagner par Quable c'est aussi un choix qui rassure et qui permet, avant de commencer le projet, de savoir en amont ce que vous allez faire pour chaque atelier : de visualiser la to-do list que chacun peut enrichir en supports, présentations, comptes-rendus, de prendre connaissance des éléments de préparation en amont et de limiter les échanges par mail, **pour plus de fluidité, simplicité et rapidité**.

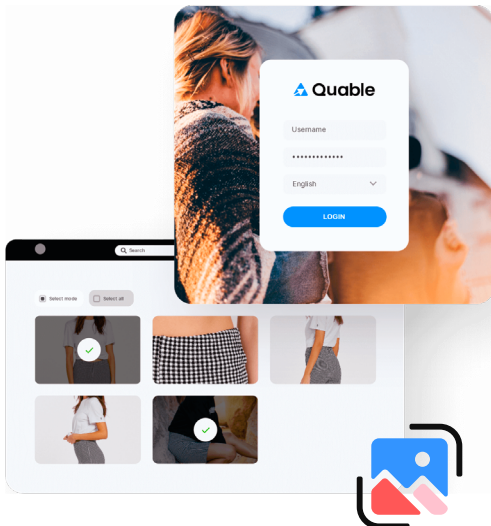
Pour faire simple, se faire accompagner via la **méthodologie Quable Air** ou par un de nos intégrateurs partenaires, c'est se donner l'opportunité de tirer les meilleurs bénéfices du PIM, de sécuriser sa mise en place et son intégration au sein de sa roadmap SI.

Le PIM comme base d'accélération globale



L'importance d'intégrer votre projet PIM au sein de votre roadmap SI est donc cruciale pour plusieurs aspects. Tirer tous les bénéfices du PIM pour qu'il réponde pleinement à vos objectifs stratégiques implique de le penser à long terme et de préparer son intégration judicieusement.

Comme Petit Bateau, un PIM correctement pensé, intégré et inclus à sa roadmap SI permet de se lancer dans d'autres projets, indirectement concernés par le PIM et plus généralement par la partie SI. Par exemple, la marque illustre à la marinière et au ciré a désormais d'autres projets transverses où **le PIM sera un véritable socle d'accélération** ; comme le lancement de son **offre de seconde main** de manière digitale et en point de vente physique. **D'autres clients se sont également fait accompagnés avec d'autres types de projet corrélés au PIM : lancement sur des marketplaces, déploiement de sites e-commerce, projet d'internationalisation...etc.**



Une fois qu'il est intégré et déployé le PIM n'est pas à omettre. Même s'il vit et vous apporte de nombreux bénéfices de manière directe via les utilisateurs et les contributeurs, **sa place doit être perpétuellement considérée dans votre écosystème SI et votre roadmap** pour continuer de le penser à long terme. Toujours avec l'exemple de Petit Bateau, la marque a instauré des comités PIM, rassemblant les key-users et équipes métiers : category manager, e-commerce, marketing, merchandising, R&D, produit... afin de toujours être accompagnée par tous les outils de la plateforme PIM dans la stratégie globale de la marque.



“

« Le PIM nous a permis de rendre nos produits disponibles partout et tout le temps, pour accélérer nos ventes. »

Loïc Malite, Responsable E-commerce chez Bonpoint



Vous l'aurez compris, intégrer c'est la clé. Considérer le PIM, l'inclure au sein même de sa roadmap avec les personnes en charge et contributrices, faire confiance à des partenaires spécialisés dans l'intégration ou autres et penser à long terme sont les clés d'un succès assuré avec le PIM.

01

Penser le timing

02

Inclure les porteurs
et acteurs du projet
PIM

03

Se faire
accompagner

04

Le PIM comme
base d'accélération
globale



Et vous ? Un projet PIM
est-il prévu dans votre
roadmap SI ?

Quable est la solution de gestion de l'information Produit PIM & DAM des marques et fabricants en quête de croissance. Groupe Rocher, Mitsubishi, Devialet, Club Med, Advini, Berluti, Delsey, Lalique et plus de 250 grandes marques à travers 85 pays ont choisi Quable PIM pour faire décoller leur business omnicanal. Fondée en 2013, Quable compte 40 collaborateurs experts et plus de 40 millions de produits gérés dans les secteurs mode, luxe, alimentaire et industrie.