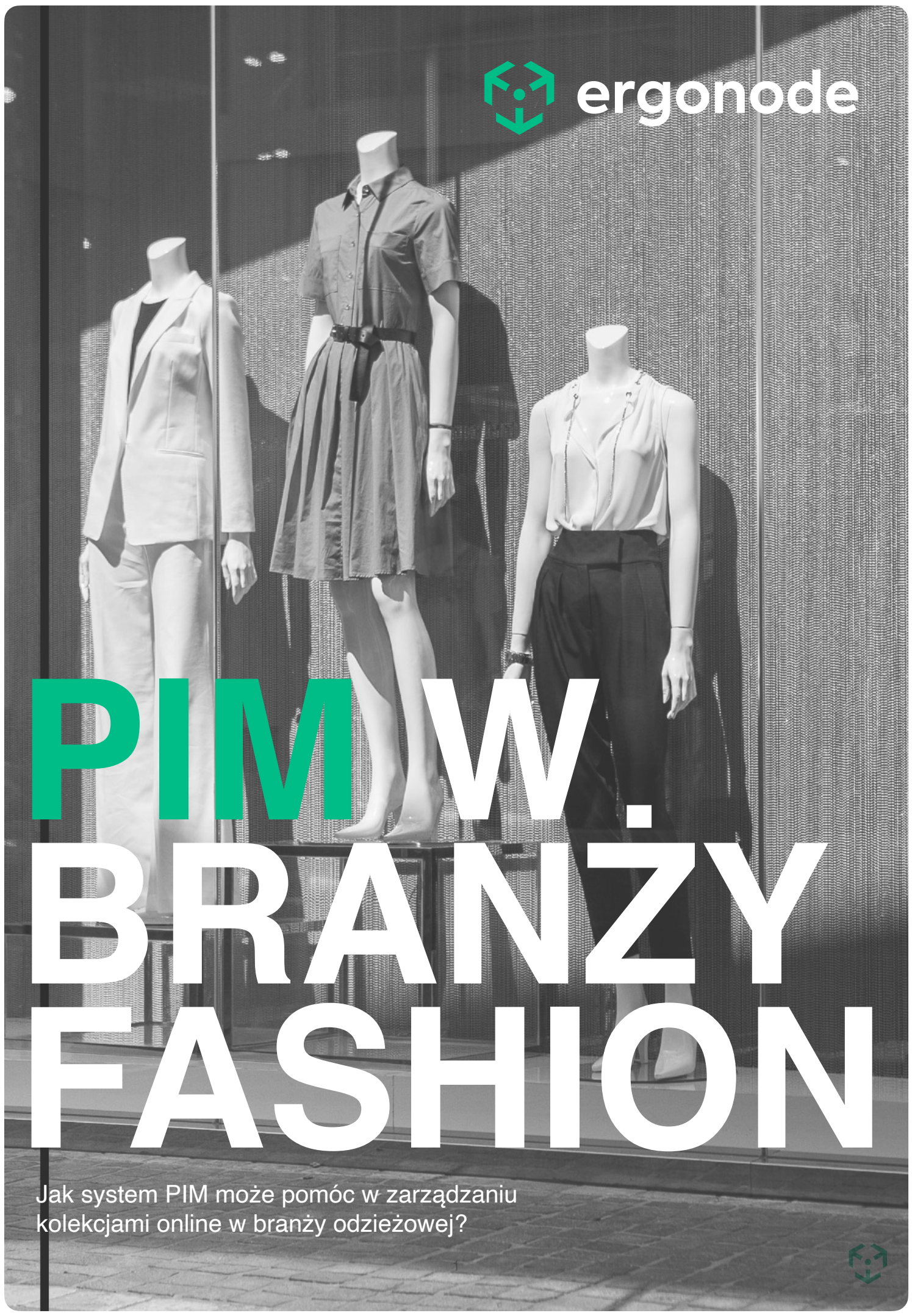




PIM W. BRANŻY FASHION

Jak system PIM może pomóc w zarządzaniu kolekcjami online w branży odzieżowej?



Kluczowe wyzwania w zarządzaniu produktami w branży fashion

W dynamicznie zmieniającym się świecie mody, gdzie trendy szybko przychodzą i odchodzą, niezwykle ważne jest sprawne udostępnianie informacji o produktach do różnych kanałów. Obejmuje to nie tylko tradycyjne sklepy, ale także platformy internetowe i media społecznościowe.

Wykorzystanie różnych kanałów pomaga branży dostosować się do zmieniających się nawyków konsumentów i dotrzeć do szerszej grupy odbiorców. Dzięki temu zróżnicowane i ekscytujące oferty w katalogach mody mogą dotrzeć do klientów tam, gdzie preferują robić zakupy.

Opanowanie złożoności zarządzania katalogami produktów w branży modowej wymaga przemyślanego podejścia, zwłaszcza biorąc pod uwagę różnorodność dostępnych opcji produktowych. **Kluczowym aspektem jest zadbanie o to, aby każdy produkt wyglądał atrakcyjnie i przyciągał uwagę potencjalnych kupujących.**

Należy jednak zauważyć, że **branża fashion często zmaga się z dużą liczbą zwrotów, co podkreśla potrzebę dostarczania klarownych i szczegółowych informacji o każdym produkcie.** Obejmuje to dokładniejsze informacje na temat tabel rozmiarów oraz tkanin używanych do produkcji, co pomaga klientom lepiej zrozumieć jakość i to, co kupują.

Materiały używane w produktach, zwłaszcza te związane z odpowiedzialnością ekologiczną, zyskują na znaczeniu. **Dostarczanie szczegółowych informacji o materiałach, zwłaszcza tkaninach z recyklingu, nie tylko**

wspiera transparentność, ale także pokazuje zaangażowanie w praktyki zrównoważonego rozwoju. Jest to szczególnie istotne w kontekście nadchodzących przepisów związanych z **Cyfrowym Paszportem Produktu.**

Oprócz pojedynczych produktów, rośnie zainteresowanie sprzedażą grup towarów, takich jak dopasowane zestawy czy sugerowane stylizacje. Zmiany w kierunkach sprzedaży wymagają starannego planowania, aby zaprezentować produkty w sposób atrakcyjny dla klientów. Zarządzanie różnymi kolekcjami, seriami i relacjami między produktami wprowadza dodatkowy poziom złożoności, co wymaga zorganizowanego systemu do prezentowania tych informacji w klarowny sposób.



Zgodność z przyszłymi regulacjami prawnymi

Dostęp do właściwych danych w czasie rzeczywistym będzie kluczowym elementem **Circular Product Journey**. Unia Europejska na początku 2022 r., w ramach Zielonego Ładu, przyjęła projekt rozporządzenia w sprawie zrównoważonego produktu. Obecnie trwają prace nad wnioskiem Komisji Europejskiej dotyczącym rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady ustanawiającego ramy wymogów dotyczących eko-projektu dla zrównoważonych produktów oraz uchylającego dyrektywę 2009/125/WE (rozporządzenie w sprawie eko-projektu dla zrównoważonych produktów - ESPR).

Od 2027 r. **Cyfrowy Paszport Produktu (DPP)** będzie cyfrowym dokumentem, dzięki któremu każdy **konsument będzie mógł zobaczyć „jaką drogę przebył produkt” przez cały cykl jego życia**. Pomoże to ludziom dokonywać świadomych wyborów przy zakupie produktów, ułatwi naprawę i recykling oraz zwiększy przejrzystość w zakresie wpływu na środowisko, zmniejszając tym samym ilość odpadów.

Znaczenie systemów PIM

Złożoność śledzenia i monitorowania całego cyklu życia wyrobów włókienniczych oznacza, że prosta identyfikacja produktu (np. kod kreskowy) nie wystarczy do rozróżnienia tych samych produktów pod względem różnych procesów produkcyjnych i logistycznych.

Przepisy wskazują na elastyczne i solidne możliwości modelowania danych produktu, w tym rozszerzone dane materiałowe (z zawartością pochodzenia surowców i komponentów oraz dostawców zaangażowanych w zaopatrzenie), dane dotyczące zrównoważonego rozwoju (ślad węglowy procesów produkcji, dystrybucji i fazy użytkowania), dane posprzedażowe (konkretne zdarzenia i przyczyny naprawy).

Aby obsłużyć taki zakres danych, najlepszym i najłatwiejszym sposobem będzie wdrożenie elastycznych rozwiązań PIM.

Ergonode to platforma **PIM** umożliwiająca **import lub dystrybucję danych na wiele sposobów** za pośrednictwem wydajnych interfejsów API. Jest elastyczna i przygotowana do katalogów o dużej objętości.

Umożliwia modelowanie danych w taki sposób, aby zachować zgodność z przyszłymi regulacjami prawnymi.



Praca z kolekcjami, variantami produktów i zestawami

Efektywne zarządzanie różnorodnymi kolekcjami w branży modowej wymaga strategicznego podejścia, skoncentrowanego na kliencie. Staranne planowanie jest kluczowe, aby zaprezentować produkty w sposób, który poprawia ich doświadczenie zakupowe.

Zacznij od organizowania kolekcji wokół wyraźnych tematów lub koncepcji. Niezależnie od tego, czy są to sezonowe trendy, okazje, czy konkretne style, nadanie każdej kolekcji unikalnej tożsamości pomaga klientom lepiej nawigować i zrozumieć ofertę. Podkreśl wszechstronność produktów, prezentując je w dopasowanych zestawach lub stylizacjach. Pomaga to klientom wyobrazić sobie, jak różne elementy mogą współgrać, zachęcając ich do zakupu kilku produktów.

*W świecie mody nie
chodzi tylko o
sprzedaż ubrań;
chodzi o stworzenie
wspaniałego
doświadczenia dla*

Gdy marka oferuje różnorodność wyborów, przyciąga szerokie grono klientów. Sprawia to, że czują się oni uwzględnieni i wracają, ponieważ marka zaspokaja ich potrzeby. Oferując różne rozmiary, kolory i style, marka modowa może pozycjonować się jako wszechstronna i dostosowana do różnych gustów.

Jasna i zwięzła prezentacja wariantów, w połączeniu z wysokiej jakości zdjęciami, zapewnia, że klienci mogą podejmować świadome decyzje zakupowe.



W świecie mody nie chodzi tylko o sprzedaż ubrań; chodzi o tworzenie doskonałego doświadczenia dla każdego.

To tworzy pozytywną atmosferę zakupową, która w dłuższej perspektywie utrzymuje klientów zadowolonych i lojalnych.

Wprowadzenie do sprzedaży kompletnych zestawów ubrań podnosi z kolei ogólne doświadczenie zakupowe i buduje zaufanie klientów. Kiedy marka wykazuje głębokie zrozumienie aktualnych trendów mody, wzmacnia swój wizerunek jako eksperta modowego i doradcy w tworzeniu stylowych outfitów.

Outfit / Set
(grouping product)

Product Model
(product with variants)

Variant Item
(simple product)



W **Ergonode PIM** użytkownicy mogą korzystać z **3 rodzajów produktów**, aby skutecznie zarządzać swoim asortymentem odzieży:

Produkty grupujące dla zestawów/stylizacji - umożliwia grupowanie zarówno produktów wariantowych, jak i prostych pod sobą.

Produkty z wariantami - łączą proste produkty w warianty za pomocą łączących atrybutów (np. rozmiar).

Proste produkty - mogą być samodzielnymi produktami lub częścią produktów z wariantami bądź zestawów.

Każdy z tych typów produktów może mieć inny model danych, jak również różne kody SKU.



Zarządzanie tabelami rozmiarów



Dobrze zorganizowany system rozmiarów pomaga klientom uniknąć frustracji, umożliwiając pewny wybór rozmiarów, które odpowiadają ich oczekiwaniom. Zarządzanie tabelami rozmiarów opiera się na dążeniu do spójności i standaryzacji. W świecie, gdzie moda nie zna granic, posiadanie jednego, jednolitego odniesienia dla pomiarów odzieży jest niezwykle ważne.

Możliwość zaoferowania klientom wiarygodnego systemu rozmiarów minimalizuje frustracje związane z niedopasowaną odzieżą. Dokładne informacje o rozmiarach budują zaufanie do marki. W czasach zakupów online i globalnych transakcji marek, gdzie wszystko odbywa się ponad granicami, zarządzanie tabelami rozmiarów to niezastąpione narzędzie. Łączy ono różne standardy rozmiarów, sprawiając, że międzynarodowe zakupy stają się płynne i przyjemne dla wszystkich.

Inteligentna strategia tabeli rozmiarów działa jak tarcza, zapewniając płynne funkcjonowanie, oszczędzając czas klientów i zasoby sprzedawców. Dodatkowo, analiza danych związanych z rozmiarami, takich jak popularne rozmiary czy typowe problemy z dopasowaniem, staje się przewodnikiem przy planowaniu zapasów, podejmowaniu decyzji produkcyjnych, a nawet kształtowaniu przyszłych projektów.

Marki, które konsekwentnie dostarczają dokładnych informacji o rozmiarach, budują historię niezawodności. Z drugiej strony, powtarzające się problemy z rozmiarami mogą rzucać cień na wizerunek marki. Dlatego zarządzanie tabelami rozmiarów to nie tylko techniczny aspekt – to fundament pozytywnych doświadczeń klientów, na którym ludzie opierają swoje zaufanie do marki, wzmacnia lojalność i przekształca klientów w jej ambasadorów.



Systemy PIM zyskują na popularności dzięki coraz bardziej zaawansowanym metodom walidacji, możliwości ustalania reguł dotyczących procesu akceptacji pomiarów oraz samemu faktowi, że tabele rozmiarów są bezpośrednio przypisane do modelu danych produktu.

Dodatkowo, kiedy używa się rozmiarów od różnych producentów i z różnych krajów, możliwa jest konwersja oraz ujednolicenie stosowanej nomenklatury.

Na platformie **Ergonode PIM** proces wymiarowania i tworzenia tabel rozmiarów można wdrożyć na kilka sposobów:

1. Tabela rozmiarów powiązana z marką
2. Tabela rozmiarów jako rozszerzenie kategorii produktu
3. Rozbudowany model danych produktu powiązany z każdym wariantem

The screenshot displays the Ergonode PIM interface for a product template named 'Maxi Black - Luna - no. 039'. The interface is divided into several sections: a top navigation bar with 'Products / Catalog /' and a user profile 'Ergonode'; a sidebar with various icons; and a main content area. The main content area has tabs for 'General', 'Template' (which is selected), 'History', 'Variants' (with a count of 4), and 'Comments'. Below the tabs, there's a language selector set to 'English (United Kingdom)' and an 'Edit template' link. A progress bar shows '66% Completed' and a 'Marketing Content' dropdown. The 'Dresses Measurements' section is expanded, showing 8 attributes. It includes a 'Size' dropdown set to 'S' and a 'User Height' dropdown set to '155-165 cm'. Below these are two rows of measurement fields: 'Chest width' (82 cm), 'Shoulder width' (50 cm), 'Waist Width' (58 cm), 'Hip Width' (76 cm) in the first row, and 'Sleeve length' (38 cm), 'Overall length' (122 cm) in the second row. A 'Note' icon is visible on the right side of the measurements section.

W Ergonode PIM istnieje możliwość stworzenia niestandardowego modelu danych dla pomiarów i powiązania go z modelem danych każdej rodziny produktowej.

Więcej informacji o rozmiarach w systemie PIM znajdziesz tutaj:

<https://www.ergonode.com/blog/how-to-manage-sizing-in-ergonode-pim>

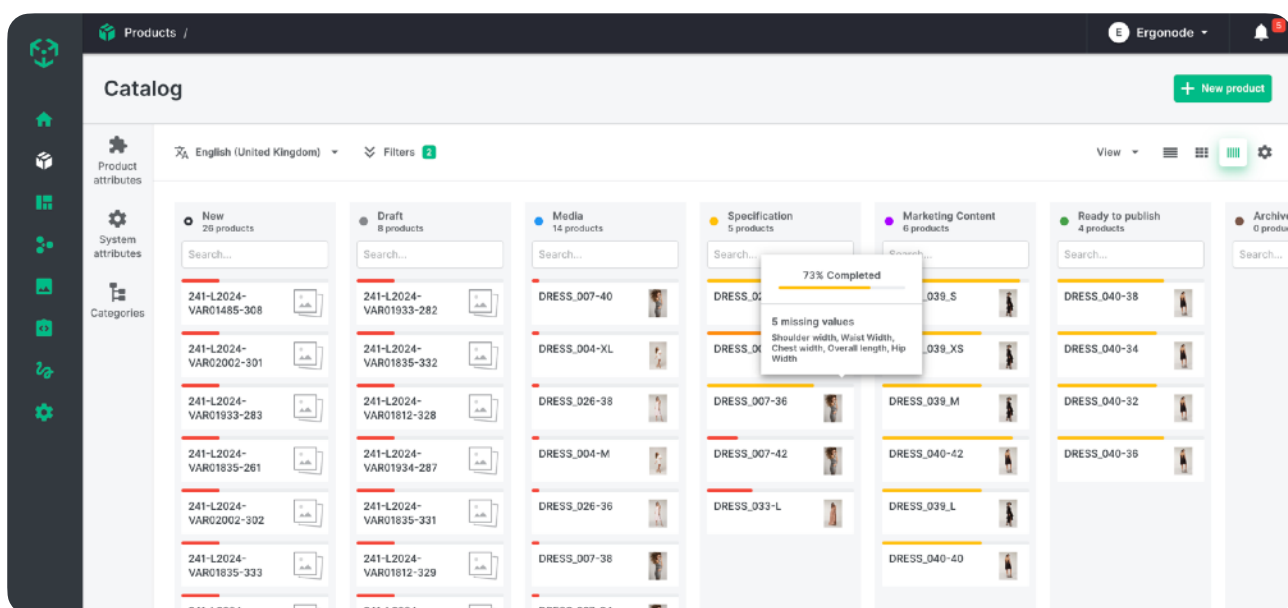


Każda opcja pozwala dostosować proces pomiaru do możliwości operacyjnych firmy.

W rzeczywistości nie ma jednego uniwersalnego sposobu zarządzania tabelami rozmiarów. W przypadku dystrybutorów z szeroką gamą marek i kategorii asortymentowych, zazwyczaj operuje się na tabelach rozmiarów opartych na danych dostarczonych przez producentów/marki. W najlepszym wypadku tabele te są dopasowane do kategorii produktów, a częściej ograniczone wyłącznie do tabel specyficznych dla danej marki.

W przypadku producentów z mniejszą skalą asortymentu proces pomiaru może być rozwinięty do zaawansowanego modelowania danych.

Ergonode PIM pozwala śledzić postęp danej kolekcji pod względem kompletności danych – w tym danych związanych z tabelami rozmiarów. Dzięki wbudowanym mechanizmom ochrony przed nieautoryzowanym dostępem i publikacją, osoby decyzyjne produktowe mogą mieć pewność, że przygotowywany katalog będzie kompletny i wolny od błędów.



Ergonode PIM jest inspirowany metodologią **Lean Management**, co zapewnia szeroki podgląd postępów pracy (**WIP**) dla wszystkich kolekcji, w tym szczegółowych danych dotyczących tabel rozmiarów.

W połączeniu z regułami przepływu pracy (**workflow**) stanowi potężne, kompleksowe rozwiązanie do zarządzania danymi pomiarowymi.



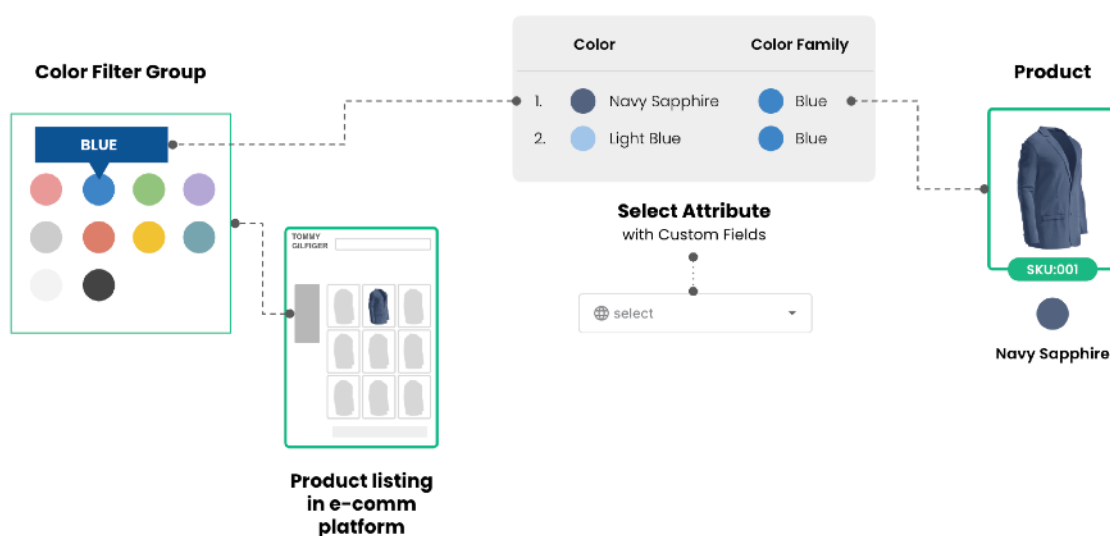
Porządek w listingach produktowych i filtrach

W świecie zakupów modowych online, kluczem jest tworzenie płynnego i przyjemnego doświadczenia dla klientów. Wyobraź sobie przeglądanie niezliczonych opcji odzieżowych – czyż nie byłoby świetnie, gdyby znalezienie tego, czego szukasz, było proste? I tu właśnie wkracza mądrze zaprojektowany system filtrowania w sklepie.

Ale jest pewien haczyk: kiedy marki używają różnych terminów na kolory czy rozmiary, robi się zamieszanie.

Bez jasnego systemu, użytkownicy mogą skończyć przeglądając setki, a nawet tysiące niepasujących do siebie produktów.

Color complexity



Pomyśl o tym tak...

Szukasz czerwonej sukienki, ale jedna marka nazywa ją „rubinową”, a inna „szkarłatną”. To staje się przytłaczające. Bez odpowiedniej standaryzacji prowadzi to do braku szybkich opcji filtrowania według konkretnej rodziny kolorów.

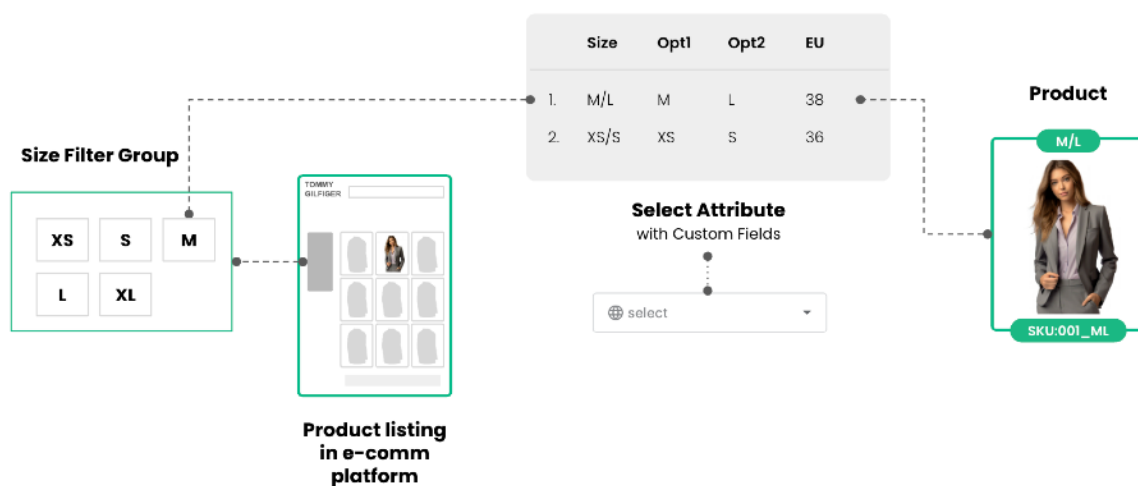
W efekcie, w filtrach na liście produktów, użytkownicy są zmuszeni przeglądać setki, a nawet tysiące niejednolitych pozycji.



Niektórzy użytkownicy wolą widzieć wymiary według standardów UE, inni preferują standardy amerykańskie lub popularne nazewnictwo — a jest mało prawdopodobne, aby użytkownik preferujący jeden system miar od razu znał swoje odpowiedniki w innym systemie.

Ważne jest, że użytkownik, który woli jeden system miar, zazwyczaj nie wie, jakie są równoważne wartości w alternatywnym systemie.

Size complexity



To samo dotyczy rozmiarów — „**medium**” jednej marki może być „**regular**” u innej.

Teraz wyobraź sobie konieczność ręcznego przeglądania wszystkich tych szczegółów dla każdego produktu.

Ręczne standaryzowanie danych produkt po produkcie jest kosztowne i nieefektywne, zwłaszcza gdy marki wprowadzają liczne nowe kolekcje.

Dzięki wbudowanej funkcji niestandardowych pól, każdy atrybut listy opcji w systemie **Ergonode PIM** umożliwia łatwą organizację danych, skracając czas wprowadzania danych i eliminując potencjalne błędy.

Ostatecznie prowadzi to do bardziej wygodnych i ulepszonych doświadczeń zakupowych na platformach e-commerce.

Dzięki temu, gdy przeglądasz ofertę online, doświadczenie jest płynne, bezproblemowe, a co najważniejsze — przyjemne.



Customer story

Dilling.com

Założona w 1916 roku marka DILLING to jeden z najstarszych producentów odzieży ekologicznej w Danii, z długą tradycją.

Rezultaty

- Usprawnione połączenie między Ergonode PIM a platformą commercetools umożliwia płynną transmisję odpowiednich danych produktowych z PIM do sklepu. Integracja API zapewnia natychmiastowe aktualizacje i spójność między platformami.
- Dostosowany model danych, precyzyjnie dopasowany do wymagań biznesowych. DILLING skutecznie podzielił kluczowe informacje o produktach, takie jak materiał i kolor, traktując je jako oddzielne obiekty, które mogą bezproblemowo współdziałać z listami produktów.
- Możliwość odblokowania nowego poziomu personalizacji, co pozwoliło na bardziej kompleksowe prezentacje produktów, znacznie poprawiając działania marketingowe.

18k

SKUs

10+

użytkowników

8

rynków



Zarządzanie markami, tkaninami i materiałami do pielęgnacji

Każdy element odzieży ma swoje unikalne instrukcje dotyczące pielęgnacji. Teraz wyobraź sobie, że te instrukcje trzeba pomnożyć przez niezliczone tkaniny i style, które oferuje marka modowa. Wynik? Labirynt informacji, który jest skomplikowany do nawigowania zarówno dla marek, jak i kupujących.

Jednym z głównych wyzwań jest różnorodność materiałów. Każdy z nich wymaga specyficznej pielęgnacji, aby utrzymać swoją jakość i wygląd. Bawełna może wymagać innego podejścia niż jedwab, a wełna z pewnością ma swoje własne zasady.



Teraz wyobraź sobie sytuację, w której marki używają różnych terminologii, aby opisać te instrukcje pielęgnacyjne – dla przeciętnego klienta to jak łamanie szyfru.

Ta złożoność staje się jeszcze bardziej przytłaczająca, gdy weźmiemy pod uwagę globalny charakter branży mody. Marki pozyskują materiały z różnych zakątków świata, co dodaje kolejny poziom różnorodności i unikalności. Od delikatnej koronki po wytrzymałą demo, – zakres jest ogromny, a zapewnienie spójności w przekazywaniu instrukcji pielęgnacyjnych staje się skomplikowaną sztuką.

Dlaczego to ma znaczenie? Pomyśl o swoich ostatnich zakupach. Jak frustrujące jest, gdy zakochasz się w ubraniu, ale zniechęcają Cię niejasne lub niespójne instrukcje pielęgnacyjne? Chodzi nie tylko o przedłużenie trwałości odzieży, ale także o umożliwienie konsumentom podejmowania świadomych decyzji.

Żmudne zadanie standaryzacji informacji o pielęgnacji, uproszczenia ich w różnych liniach produktowych i zapewnienia ich przejrzystości, to niemałe wyzwanie. Wymaga to delikatnej równowagi między wiedzą branżową, dbałością o szczegóły, a zrozumieniem różnorodnych potrzeb i preferencji konsumentów.



Uwzględnij wymiary modeli

Wymiary modelu dostarczają realnego punktu odniesienia, jak produkt wygląda na osobie o określonych wymiarach ciała. Kiedy kupujący widzą modela noszącego produkt wraz z informacjami, takimi jak wzrost, waga i rozmiar, który nosi, pomaga im to wyobrazić sobie, jak dany element może pasować do ich własnego ciała.

Takie kontekstowe zrozumienie jest szczególnie przydatne podczas zakupów online, gdzie klienci nie mogą przymierzyć produktów przed zakupem.

Udostępniając wymiary modelu, sklepy e-commerce pomagają zniwelować różnicę między płaską tabelą rozmiarów a tym, jak ubrania będą faktycznie wyglądały w rzeczywistości. Dodatkowe informacje zmniejszają niepewność, co prowadzi do pewniejszych decyzji zakupowych i mniejszego prawdopodobieństwa zwrotów z powodu problemów z rozmiarem.

Ponadto poprawiają doświadczenie zakupowe, pomagając kupującym dokładniej wybrać odpowiedni rozmiar, co przekłada się na większą satysfakcję z produktu.

Product design / Attributes /

Ergonode

Model Measurements

model_measurements

General Translations Options Custom fields Metadata

Actions Languages Option code

Option name	full_name	size_eu	size	preview
Search...	Search...	Search...	Search...	Search...
Magda	Magda Kowalski		small	
Kate	Kate Winston	34	small	
Ann	Ann Appleblue	38	Medium	

Name: Magda

- Chest: 86 cm
- Waist: 63 cm
- Hips: 84 cm
- Height: 176 cm
- Size: 36 EU (Small)



Customer story

Alpinus

Założona w latach 90., marka Alpinus ugruntowała swoją pozycję jako czołowy dostawca odzieży outdoorowej dla mężczyzn, kobiet i dzieci. Gdy Alpinus postanowił rozszerzyć swoją działalność poza granice Polski, zarządzanie informacjami o produktach w wielu językach i dostosowanie się do różnych rynków stało się znaczącym wyzwaniem. Ich dotychczasowy system, oparty na arkuszach Excel i Product Feed Manager, okazał się niewystarczający w kontekście potrzeby usprawnienia procesu tłumaczenia i mapowania rozbudowanych atrybutów oraz opisów produktów.

Rezultaty

Głównym celem było aktywowanie kanałów sprzedaży, które umożliwią płynny eksport informacji o produktach na poszczególne platformy, co pozwoli Alpinusowi zaistnieć na globalnym rynku odzieży outdoorowej. Firma z sukcesem obsługuje główne platformy, takie jak Allegro, Amazon, Zalando, Modivo, Decathlon.

5k

SKUs

10

kanałów

4

języki



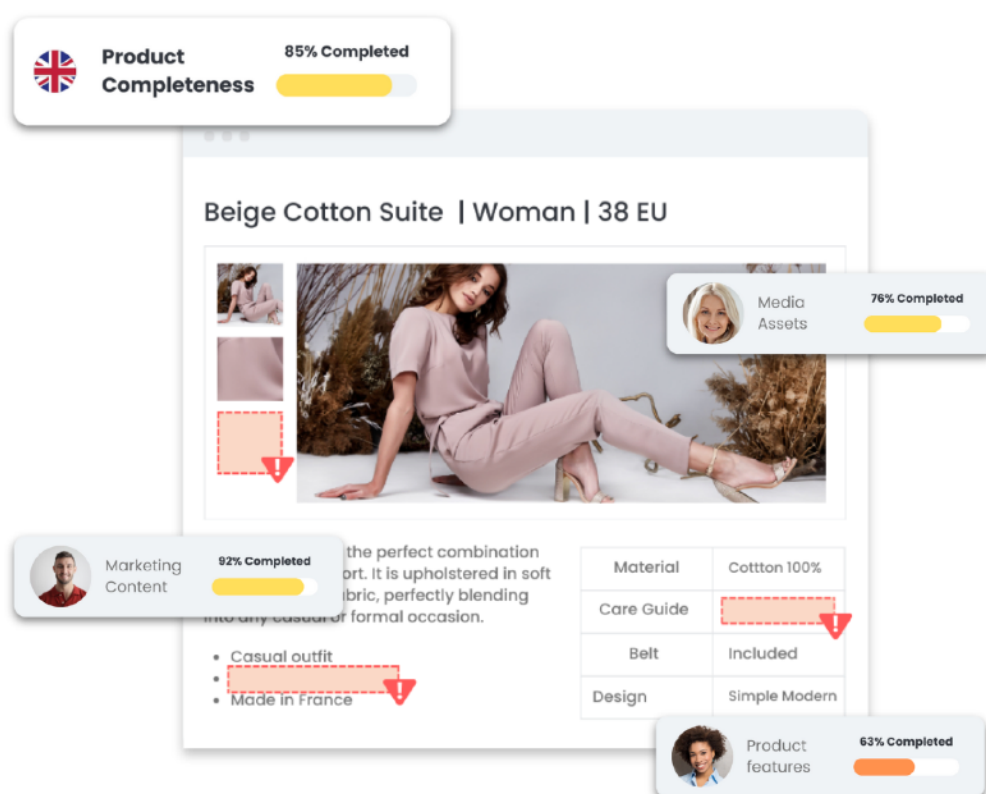
Zaawansowana wiedza na temat gotowości do publikacji

Branża mody, jak żadna inna, charakteryzuje się częstymi zmianami w ofercie produktów. Nowe kolekcje – wiosna, lato, jesień, zima, a także wyprzedaże i limitowane edycje na różne okazje – są wprowadzane przez cały rok.

Proces pracy nad kolekcjami wymaga **współpracy wielu działów** (w tym technologii produkcji, fotografii, merchandisingu, marketingu i e-commerce) oraz wielu osób (takich jak fotograf, technolog odzieży, menedżer kolekcji, specjalista ds. treści, menedżer SEO).

Ergonode PIM pomaga zorganizować pracę nad kolekcjami i uczynić ją bardziej przewidywalną. Zarówno wzbogacenie produktów o zdjęcia, jak i opisy może podlegać różnym regułom walidacji.

W efekcie zespół może mieć pewność, że kolekcja przygotowana na konkretny rynek spełnia wszystkie warunki i wymagania do publikacji. To gwarancja spokoju i pewności, że wszystko jest gotowe do wprowadzenia.



O systemie Ergonode PIM

Ergonode to platforma do zarządzania informacjami produktowymi stworzona z myślą o ludziach. Ułatwia pracę zespołową i sprawia, że zarządzanie danymi produktowymi staje się prostsze i bardziej efektywne, wspierając szybszy i szerszy rozwój Twojego biznesu. Oferuje funkcje na poziomie korporacyjnym w przystępnej cenie, co czyni ją idealnym rozwiązaniem zarówno dla dużych, jak i rozwijających się firm.

Dołącz do setek zadowolonych firm, które już nam zaufały!

