

PUMA se desmarca de la competencia ofreciendo una visión 360° en sus productos



“Con una información de los productos completa y de alta calidad, y unos flujos de trabajo y procesos de gestión de datos mejorados gracias a Informatica MDM – Product 360, PUMA ha conseguido reducir significativamente las complejidades y poner rumbo hacia una exitosa transformación digital”.

Heike Zenkel, responsable de gestión de contenidos de comercio electrónico global, PUMA

PUMA es una de las marcas deportivas con mayor visibilidad y trayectoria del mundo. A raíz de colaboraciones de gran impacto con superestrellas de la talla de Rihanna y el corredor olímpico Usain Bolt, la popularidad de las líneas de deportivas, ropa y accesorios de la empresa alcanza máximos históricos. Cada temporada, PUMA produce miles de productos que vende en 120 países a través de socios mayoristas, plataformas de comercio electrónico y tiendas minoristas. Debido a su vasta envergadura y a su diversidad, el crecimiento del negocio solía tratarse de forma local, con un enfoque en el que los directores y los equipos regionales operaban de forma independiente. Como resultado, la información sobre los productos se gestionaba en un sinfín de sistemas aislados. No se disponía de ninguna fuente de información central que alimentara los sistemas de comercio electrónico, lo que generaba incoherencias en el modo de presentar y vender los productos a los clientes de los distintos mercados.

Unificación de la información de los productos

Cuando se diseñan productos dirigidos a los atletas más rápidos del planeta, el tiempo de comercialización es clave. En palabras de Heike Zenkel, responsable de gestión de contenidos de comercio electrónico global en PUMA: “El ciclo de vida del producto es

de 12 semanas. Por tanto, la velocidad, la agilidad y el tiempo de comercialización resultan determinantes en PUMA, y tenemos que actuar inmediatamente antes de que los márgenes caigan”.

Al no disponer de un método estandarizado para adquirir, gestionar y publicar información precisa sobre los productos en todos los canales, las eficiencias operativas comenzaron a verse afectadas, y aumentaron los costes derivados de la gestión de datos. Al final, a la empresa le costaba lograr la agilidad que tanto necesitaba. “Con el enfoque regional, se duplicaba todo el trabajo de creación de las imágenes de los productos, la descripción de los atributos y la redacción de los textos de marketing”, comenta Zenkel.

Para mejorar la coherencia de la marca y unificar la experiencia de compra de los usuarios, PUMA estableció un equipo de comercio electrónico centralizado y creó un centro de excelencia para gestionar contenidos y datos maestros. No obstante, la empresa todavía carecía de un sistema de gestión de datos maestros (MDM) de principio a fin que le permitiera distribuir una información completa sobre sus productos a través de todos los canales de venta: en línea, dispositivos móviles, tiendas minoristas, catálogos, adquisiciones B2B y sistemas de punto de venta en tienda.



Necesidades de negocio:

- Proporcionar una visión fiable y única de la información sobre productos para el comercio electrónico global
- Unificar las experiencias de los clientes en todos los puntos de contacto, canales y regiones
- Contar con ciclos de vida de los productos breves, de 12 semanas

Retos relacionados con los datos:

- Centralizar los datos de productos almacenados en varios sistemas aislados
- Mantener una calidad de datos de productos uniforme e incorporar el gobierno de datos
- Exportar la información de productos a Salesforce Commerce Cloud

Solución:

- Con Informatica MDM – Product 360, PUMA consigue distribuir globalmente una información uniforme y completa sobre sus productos, lo que permite a la empresa lograr su estrategia de gestión de la información de productos.

Resultados:

- Aumento de las ventas de un 10 % en 9 meses, con una mayor agilidad y un tiempo de comercialización más rápido
- Logro de unas tasas de conversión de clientes un 20 % superiores
- Mejora de la eficacia operativa y reducción de los costes derivados de la gestión de datos
- Logro de los objetivos de ROI en menos de 2 años

Pilares de la solución:

- Informatica MDM – Product 360
- Informatica Data Quality
- Business Process Management (BPM)
- Solución certificada Commerce Cloud Accelerator de Salesforce

Transformación digital basada en datos

PUMA implantó Informatica MDM – Product 360 con el fin de contar con un repositorio central y una única fuente fiable de información sobre sus productos. Esta solución incorpora Informatica Data Quality y Business Process Management, por lo que proporciona unos datos fiables y unos procesos automatizados. Además, al usar la solución certificada Commerce Cloud Accelerator de Salesforce para MDM – Product 360, PUMA puede alimentar fácilmente sus sistemas de comercio electrónico con unos datos de máxima calidad sobre sus productos.

De este modo, los usuarios de negocio gestionan de forma más eficiente la información de los productos, a la vez que se cumplen los requisitos de los mercados globales y locales, se facilita la navegación por datos complejos y se superan las barreras del idioma; todas y cada una de estas ventajas han propiciado el aumento de las ventas de PUMA.

“Con una información de los productos completa y de alta calidad, y unos flujos de trabajo y procesos de gestión de datos mejorados gracias a Informatica MDM, PUMA ha conseguido reducir significativamente las complejidades y poner rumbo hacia una exitosa transformación digital”, explica Heike Zenkel.

Mayor eficiencia y menor coste

Dado que MDM – Product 360 guía a los usuarios a través de los flujos de trabajo basados en las funciones de cada uno, los usuarios de negocio pueden introducir y actualizar la información de los productos de forma precisa, fácil y rápida. Ahora pueden seleccionar vistas globales o regionales de los productos, ver los precios de venta al por mayor o al por menor y usar las mismas descripciones de los productos en distintos idiomas. Además, también ha mejorado la colaboración tanto interna como con socios de negocio externos, como proveedores y agencias. Al mejorar la eficacia de las operaciones y automatizar los procesos de negocio para crear activos multimedia digitales, PUMA ha conseguido actualizar su sitio web de comercio electrónico mucho más rápido, a la vez que ha reducido los costes.

Fomento del crecimiento futuro del comercio electrónico

MDM – Product 360 ayuda a PUMA a poner en práctica su estrategia de comercio electrónico. Al poder consultar cómodamente toda la información sobre los productos en un mismo lugar, PUMA puede integrar fácilmente su catálogo con otras tiendas y plataformas de comercio

electrónico, beneficiándose así de mayores oportunidades de venta.

“Hemos logrado nuestros objetivos de ROI en menos de dos años; todo ello, gracias a la inversión en Informatica, que nos ha ayudado a aumentar considerablemente el tráfico y las ventas en línea”, destaca Heike Zenkel. “Contar con MDM – Product 360 nos ha permitido prepararnos mejor para nuestro importante crecimiento en las ventas en el comercio electrónico internacional y aumentar nuestras tasas de conversión, que han pasado del 10 % al 20 %”.

Acerca de PUMA

PUMA SE es una empresa que diseña y fabrica calzado, ropa y accesorios deportivos, y que tiene su sede en Herzogenaurach, Alemania. La firma cuenta con una trayectoria consolidada de más de 65 años dedicados al diseño de productos para los atletas más rápidos del mundo. Y tiene una plantilla de más de 13 000 empleados a nivel global.



La transformación digital está cambiando nuestro mundo. Como líderes en gestión de datos de cloud empresariales, le brindamos ayuda para que encabece la marcha de forma inteligente y aportamos perspectiva para que aumente su agilidad, concrete nuevas oportunidades de crecimiento o incluso invente cosas nuevas. Le invitamos a explorar todo lo que puede ofrecerle Informatica y a desatar el poder de los datos para impulsar su próxima revolución inteligente. Y no una vez, sino una tras otra.

Informatica en España, José Echegaray 8, edif. 3, PB 3, 28232 Las Rozas, Madrid Teléfono: 902 882 062
www.informatica.com/es www.informatica.com [linkedin.com/company/informatica](https://www.linkedin.com/company/informatica) twitter.com/Informatica

© Copyright Informatica LLC 2017. Informatica, el logotipo de Informatica y PowerCenter son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Informatica LLC en Estados Unidos y en muchas jurisdicciones de todo el mundo. La lista actualizada de marcas comerciales de Informatica se encuentra disponible en esta web: <https://www.informatica.com/es/trademarks.html>. Otros nombres de empresas y productos pueden ser nombres comerciales o marcas comerciales de sus respectivos propietarios. La información de esta documentación está sujeta a cambios sin previo aviso y se proporciona "TAL CUAL", sin garantía de ningún tipo, expresa ni implícita.