

Att välja & införa PIM-plattform

White paper för verksamheter tidigt i sin PIM-resa
eller med utmaningar kring sitt existerande PIM

1. Inledning

Allt fler verksamheter står inför samma fråga: hur ska vi få ordning på vår produktinformation? Bakgrunden ser olika ut – tillväxt mot fler marknader och kanaler, krav på snabbare time-to-market, ökade förväntningar på produktdatakvalitet, eller helt enkelt insikten att Excel inte längre räcker. Oavsett startpunkt landar resan ofta i samma slutsats: ni behöver en PIM-plattform (Product Information Management).

PIM-marknaden är samtidigt fragmenterad. Det finns många plattformar, från lättviktiga SaaS-lösningar till tunga enterprise-system, och valet är långsiktigt. Att välja fel plattform – för stor, för liten eller fel typ – kostar både tid och pengar att korrigera.

Detta white paper är skrivet för er som befinner er tidigt i PIM-resan. Det riktar sig till verksamhetsutvecklare, marknadschefer, IT-chefer, sortimentschefer och andra som har fått eller tagit på sig uppdraget att bedöma PIM. Syftet är inte att rekommendera en plattform, utan att hjälpa er förstå vad valet faktiskt handlar om – och ge en strukturerad jämförelse av tre etablerade alternativ: Inriver, Struct och Plytix.

Vad ni får ut av att läsa vidare

- En förståelse för varför PIM blivit en strategisk fråga och vilka problem en plattform faktiskt löser.
- Ett ramverk för hur ni utvärderar PIM-plattformar utifrån er egen verksamhet, inte funktionslistor.
- En tydlig jämförelse av Inriver, Struct och Plytix med styrkor, svagheter och när respektive plattform passar bäst – och mindre bra.
- Konkreta nästa steg för hur ni kan ta er vidare i utvärderingsprocessen.

Viktiga utgångspunkter

- **Rätt PIM är inte den mest avancerade.** Det är den som bäst matchar er verksamhets affärsmål, produktstruktur, integrationsbehov, arbetssätt, mognadsgrad, budget och resurser. Att överdimensionera är lika riskabelt som att underdimensionera.
- **Inget PIM passar alla.** Valet styrs av sortimentets komplexitet, antalet kanaler, intern teknisk mognad och tillväxtplaner.
- **Funktionslistor räcker inte.** Plattformarna löser olika operativa problem. Det avgörande är vilket problem ni främst vill lösa.
- **Total ägandekostnad (TCO).** Licens är ofta bara en del. Implementation, integrationer, vidareutveckling och förvaltning väger tungt över tid.

2. Varför PIM?

Innan ni jämför plattformar är det värt att kort ta steget tillbaka och förstå varför PIM blivit en så central fråga för verksamheter som arbetar med produktdata. Det handlar sällan om en enskild teknisk lösning – det handlar om hur ni får produktinformationen att stödja affären.

Problemen som PIM löser

De flesta verksamheter känner igen sig i minst några av följande utmaningar:

- **Spridd produktinformation.** Produktdata ligger i ERP, kalkylblad, mappar, e-handel, leverantörsfiler och olika teams huvuden. Ingen vet vad som är den korrekta versionen.
- **Manuellt och tidskrävande arbete.** Att lansera en produkt på flera kanaler innebär att samma information kopieras, anpassas och uppdateras gång på gång – med risk för fel.
- **Inkonsekvent kundupplevelse.** Olika information på olika kanaler skadar varumärket och försämrar konverteringen.
- **Långsam time-to-market.** Nya produkter, säsonger eller marknadssatsningar bromsas av att produktdata inte är klar i tid.
- **Svårt att skala.** Fler språk, marknader, kanaler eller produktområden gör manuella processer ohållbara.
- **Bristande spårbarhet och regelefterlevnad.** Krav på produktdata ökar – från EU:s Digital Product Passport till bransch-specifika regelverk – och utan struktur blir efterlevnad svår.

Vad ett PIM gör för verksamheten

En PIM-plattform är en central källa för produktinformation – "single source of truth" – som samlar, strukturerar, berikar och distribuerar produktdata till alla kanaler där informationen behövs. På verksamhetsnivå betyder det:

- **Snabbare lansering.** Produkter kommer ut på marknaden snabbare eftersom data hanteras strukturerat och parallellt istället för i sekvens.
- **Bättre datakvalitet.** Regler, validering och arbetsflöden säkerställer att produktinformation är komplett och korrekt innan den publiceras.
- **Konsekvent kundupplevelse.** Samma korrekta information presenteras i alla kanaler, anpassad till respektive kanals format och språk.
- **Effektivare team.** Färre manuella moment, tydligare ansvarsområden, mindre dubbelarbete mellan marknad, sortiment, e-handel och IT.
- **Skalbarhet.** Verksamheten kan växa i sortiment, marknader och kanaler utan att produktdataarbetet växer i samma takt.

Att välja & införa PIM-plattform

- **Stärkt affär.** Bättre produktdata leder till ökad försäljning, färre fel i beställningar och leveranser, starkare positionering mot kunder och partners samt bättre genomslag i de kanaler där ni möter marknaden.

När börjar det bli aktuellt?

Det finns ingen exakt brytpunkt, men följande signaler tyder på att PIM-frågan är mogen att hantera:

- Ni har fler än några hundra SKU:er och planerar att växa.
- Produktinformation finns i flera system och Excel-filer parallellt.
- Ni säljer eller planerar att sälja på fler än en kanal (e-handel, marknadsplatser, B2B-portaler, print).
- Lansering av nya produkter eller marknader bromsas av produktdataarbetet.
- Det finns en växande frustration kring datakvalitet eller versioneringsproblem.
- Ni har eller planerar internationalisering med flera språk.

Om ni känner igen er är det rätt tillfälle att börja utvärdera PIM-plattformar – vilket är där detta white paper kommer in.

3. Vad är viktigt vid val av PIM?

Innan plattformarna jämförs i detalj bör ni reflektera kring vilka utvärderingsområden som väger tyngst för just er verksamhet. Tabellen nedan sammanfattar de vanligaste områdena och de frågor som hjälper till att prioritera.

Område	Frågor att ställa
Produktkomplexitet	Hur avancerad är produktinformationen? Många attribut, relationer, varianter, bundlar och hierarkier?
Integrationer	Behöver PIM integreras med ERP, e-handel, DAM, CMS, marknadsplatser eller andra system? Hur många och hur kritiska är de?
Skalbarhet	Hur mycket förväntas verksamheten växa i SKU:er, marknader och kanaler de kommande 3–5 åren?
Användarvänlighet	Vilka typer av användare ska arbeta i systemet? Hur tekniska är de? Är låg inlärningströskel viktigt?
Governance	Behövs avancerade workflows, godkännandeflöden, versionering och datakvalitetsstyrning?
Time-to-market	Hur snabbt behöver plattformen vara i drift och börja leverera affärsnytta?
Budget	Finns budget för enterprise-lösning eller behövs en mer kostnadseffektiv plattform? Hur ser den årliga TCO-toleransen ut?
Omnichannel	Hur många kanaler ska försörjas? E-handel, marknadsplatser, B2B-portaler, print, återförsäljare? Krävs syndikering till externa aktörer?
Intern mognad	Hur hög är den interna PIM-mognaden? Finns dedikerade administratörer, etablerade arbetsflöden och teknisk kompetens för att äga lösningen långsiktigt?

4. Snabbguide för ledningsnivå

För styrgrupp och ledning som behöver en första riktning innan fördjupad analys – tabellen nedan ger en översättning från affärsprofil till plattformsindikation. Detta är en grov vägledning, inte en rekommendation; en strukturerad utvärdering behövs alltid innan beslut.

Om detta är viktigast för er...	Titta först på...
Global verksamhet med komplex produktdata och syndikering till stora retailers	Inriver
Avancerad governance, många språk, marknader och PIM som strategisk plattform	Inriver
Växande nordisk eller europeisk verksamhet med behov av balans mellan kraft och enkelhet	Struct
Användarvänlighet och kort time-to-market utan att tappa funktionsdjup	Struct
Portal/e-handelsdrivet SMB med snabb ROI och kontrollerad kostnad	Plytix
Litet team, integrerat DAM och tydlig prismodell utan offert	Plytix

5. Snabb översikt

Aspekt	Inriver PIM	Struct PIM	Plytix PIM
Segment	Enterprise / globala varumärken	Mid-market till enterprise	SMB till nedre mid-market
Arkitektur	Multi-tenant SaaS, Azure, MACH-certifierad	Multi-tenant SaaS, Azure (Struct PIM 4)	Cloud SaaS, AWS S3
Datamodell	Mycket flexibel, relationsbaserad, komplexa hierarkier	Konfigurerbar utan kod, flexibla produktstrukturer	Rakt och enkelt – attribut och familjer
Inbyggd syndikering	Ja, omfattande (Syndicate Advance, retailer-API:er)	Begränsad – via konnektorer/REST API	Ja, kanaler och brand portals (add-ons)
DAM	Grundläggande, ofta kompletterad med extern DAM	Förbättrat mediabibliotek i v4	Inbyggt och välintegrerat
AI-funktioner	Avancerad AI-driven berikning, analys och syndikering	Inbyggd AI-assistent	AI-credits för innehåll, översättning, bildhantering
Time-to-value	Längre, kräver erfarna resurser	Medel, snabbare än enterprise-alternativ	Snabb (kan vara live inom dagar/veckor)
Typisk projektprofil	Större transformationsprojekt	Medelstort projekt, balans mellan funktionsdjup och implementationskomplexitet	Kort startsträcka och låg implementationskomplexitet
Prismodell	Offert, enterprise-nivå	Offert	Transparent, baseras på SKU + add-ons. Free-plan finns
Användare	1 600+ globala varumärken	Stark nordisk närvaro	Tusentals SMB-kunder globalt

6. Inriver PIM

Positionering

Inriver är en enterprise-plattform för varumärken, tillverkare och återförsäljare som hanterar stora och komplexa produktkataloger över många kanaler och marknader. Plattformen är multi-tenant SaaS på Microsoft Azure, MACH Alliance-certifierad och certifierad enligt SOC 2 samt ISO 27001/27701. En av plattformens centrala styrkor är att den kombinerar PIM, syndikering och Digital Shelf Analytics i samma lösning – något få konkurrenter erbjuder under ett tak.

Styrkor

- **Stark datamodellering och datastyrning.** Relationsbaserad modell hanterar varianter, bundlar och komplexa hierarkier väl.
- **Bred syndikering inbyggd.** Syndicate Advance med direkta API-integrationer mot stora retailers (Amazon 1P/3P, Home Depot, Walmart, Wayfair m.fl.) och pre-flight-validering som minskar avvísningar.
- **AI och digital shelf-intelligens.** Senaste releaserna lyfter in AI-driven berikning, automation och visuella workflows samt utökade syndikeringsmöjligheter mot stora retailers.
- **Skalbarhet och stabilitet.** Byggt för stora SKU-volymer, många språk och regioner. 99,99 % uptime.
- **Ekosystem av partners.** Etablerat nätverk för implementation och integration.

Svagheter

- **Hög komplexitet och inlärningskurva.** Användarrecensioner pekar på att UI:t kan upplevas mindre intuitivt än modernare SaaS-alternativ. Kräver erfarna resurser för implementation och förvaltning.
- **Lång time-to-value.** Enterprise-implementationer tar betydande tid och kräver intern eller partnerresurs.
- **Hög kostnad.** Licens, implementation och förvaltning ligger i enterprise-segmentet. Pris ges endast på offert.
- **DAM grundläggande.** För avancerad mediahantering kompletterar man ofta med separat DAM.
- **Support varierar.** Recensioner är blandade kring supportens snabbhet och proaktivitet.

Välj Inriver om...

- Sortimentet är stort och komplext (många varianter, relationer, hierarkier).
- Verksamheten är global eller regional med många språk och marknader.
- Syndikering till stora retailers och marknadsplatser är affärskritisk.
- Det finns budget och kompetens för en strategisk, långsiktig PIM-investering.
- Digital shelf-analytics och datakvalitetsstyrning är prioriterat.

Inriver passar mindre bra om...

- Organisationen är mindre eller har begränsad budget.
- Sortimentet är enkelt och kraven på datamodellering är begränsade.
- Snabb och enkel implementation är ett tungt vägande krav.
- Det saknas intern PIM-mognad, dedikerade administratörer eller förvaltningsorganisation.
- Verksamheten primärt drivs som en mindre e-handel utan komplexa kanalkrav.

7. Struct PIM

Positionering

Struct är en dansk PIM-leverantör med stark närvaro i Norden, med fokus på retail- och grossistscenarier. Plattformen marknadsförs som "det mest användarvänliga PIM:et" och betonar konfigurerbarhet utan kod. Med Struct PIM 4 (lanserad 2024–2025) bygger plattformen på multi-tenant molnarkitektur på Microsoft Azure och har förnyat UI samt utökat funktionsutbud.

Styrkor

- **Användarvänlighet.** Modernt och rent gränssnitt designat för affärsanvändare snarare än tekniska administratörer. Lägre tröskel för utbildning och adoption.
- **Flexibel datamodell utan kod.** Produktstrukturer (tabbar, sektioner, attribut) konfigureras visuellt. Bra för team som vill kunna anpassa modellen själva.
- **Bra balans mellan funktion och komplexitet.** Avancerad sökning, mass- och bulkredigering, rule-baserad automation, dashboards och task management.
- **Granulär behörighet.** Åtkomstkontroll ända ner till enskilda attribut.
- **Inbyggd AI-assistent.** För produktbeskrivningar, översättningar och innehållsförslag direkt i plattformen.
- **REST API och konnektorer.** Bra för integration mot ERP och e-handel.

Svagheter

- **Mindre ekosystem än Inriver.** Färre färdiga retailer-syndikeringskonnektorer; mer beroende av partners eller egen integrationsutveckling.
- **Bulk-prestanda har gränser.** För mycket stora kataloger kan bulk-operationer kräva batchstrategier eller arkitektoniska anpassningar.
- **Frontend-integration via mellanlager.** För hög trafik mot e-handelsfront rekommenderas mellanlager mellan PIM och frontend – något att räkna med i lösningsarkitekturen.
- **Nordiskt fokus.** Vägkartan styrs delvis av nordiska kunders behov; verksamheter med starka globala krav bör validera roadmap-passning.
- **Begränsad transparent prissättning.** Pris ges på offert.

Välj Struct om...

- Användarvänlighet och snabb adoption hos affärsanvändare är högt prioriterat.
- Verksamheten är nordisk eller europeisk mid-market till nedre enterprise.
- Teamet vill kunna konfigurera datamodellen själva utan utvecklare.
- Behovet av syndikering är måttligt eller löses via egna integrationer.
- Balans mellan funktionsdjup och implementationskomplexitet eftersträvas.

Struct passar mindre bra om...

- Verksamheten är mycket stor global enterprise med extrem komplexitet.
- Det finns krav på ett stort globalt partner-ekosystem.
- Syndikering till många retailers via färdiga konnektorer är affärskritisk.
- Integrationslandskapet är extremt komplext med många kantfall.
- Bulk-operationer på mycket stora datamängder är central för dagliga arbetsflöden.

8. Plytix PIM

Positionering

Plytix är byggt för små och medelstora företag (SMB) som vill konsolidera produktinformation snabbt och kostnadseffektivt. Plattformen är cloud-native, hostas på AWS och är känd för transparent prissättning, snabb onboarding och inbyggt DAM. Plytix erbjuder dessutom en gratisplan – ovanligt i PIM-segmentet.

Styrkor

- **Snabb implementation.** Många kunder är operativa inom dagar eller veckor; onboarding är en engångskostnad.
- **Kostnadseffektivt.** Transparent SKU-baserad prismodell, gratis startplan, obegränsade användare. Lägre TCO för mindre kataloger.
- **Inbyggt DAM.** Bild- och filhantering, automatiska transformeringar (rename, resize, bakgrunds borttagning) i plattformen.
- **Användarvänligt.** Starkt rykte för intuitivt UI och utmärkt kundsupport, bekräftat i G2- och Software Advice-recensioner.
- **Inbyggd AI.** Generering, översättning och optimering av produktinnehåll med credit-modell, anpassad till varumärkesröst.
- **Färdiga kanal- och feed-mallar.** Integration mot Shopify, Amazon, Google Shopping m.fl. samt brand portals.

Svagheter

- **Begränsad för komplex datamodellering.** Plattformen är optimerad för rakt sortiment. Komplexa relationer, hierarkier eller många produktstrukturer hanteras mindre elegant.
- **Skalningstak.** Vid mycket stora kataloger, många marknader, språk och avancerad governance når man Plytix gränser.
- **Begränsad governance.** Roller och permissions finns, men avancerade godkännandeflöden, versionering och granska/återkalla är begränsade jämfört med enterprise-PIM.
- **Add-on-modell.** Distributionskanaler, brand portals och AI-credits prissätts separat – kan addera kostnad vid bredare användning.
- **Mindre fotavtryck för stora retailer-syndikeringar.** Saknar Inrivers omfattning vad gäller direktintegrationer mot stora B2B-retailers.

Välj Plytix om...

- Verksamheten är SMB eller nedre mid-marknet med relativt rakt sortiment.
- Snabb time-to-value och låg total kostnad är prioriterat.
- Det finns inget separat DAM och man vill ha bild/fil-hantering integrerat.
- Portal/e-handelsfokus är primärt
- Teamet är mindre och har begränsade IT-resurser.

Plytix passar mindre bra om...

- Sortimentet kräver komplex datamodellering med många relationer och hierarkier.
- Verksamheten är global enterprise eller har avancerad masterdatahantering.
- Det finns höga krav på governance, godkännandeflöden och versionering.
- Integrationskraven är komplexa eller kräver djup ERP-integration.
- Förväntad tillväxt snabbt tar verksamheten in i enterprise-segmentet.

9. Bedömning per dimension

Skala: Hög / Medel / Låg. Bedömningen är generell och bör valideras mot er specifika kravbild.

Dimension	Inriver	Struct	Plytix
Datamodelleringsstyrka (komplexitet)	Hög	Hög	Medel
Användarvänlighet	Medel	Hög	Hög
Syndikering / kanalbredd	Hög	Medel	Medel-Hög
Inbyggt DAM	Låg-Medel	Medel	Hög
AI-funktioner	Hög	Medel	Hög
Snabbhet i implementation	Låg	Medel	Hög
Skalbarhet (SKU/volym)	Hög	Hög	Medel
Workflow & governance	Hög	Hög	Låg-Medel
Lägre TCO	Låg	Medel	Hög
Transparent prissättning	Låg	Låg	Hög
Partner- och konsultekosystem	Hög	Medel (starkt i Norden)	Medel

10. Avgörande frågor för plattformsvalet

Innan ett slutgiltigt val görs bör följande frågor besvaras internt i er organisation. Svaren styr vilken plattform som passar bäst.

Sortiment och datamodell

- Hur många SKU:er hanterar ni idag? Hur ser tillväxtprognosen ut 3–5 år framåt?
- Hur komplex är produktstrukturen? Varianter, bundlar, relationer, hierarkier?
- Hur många språk och marknader?
- Behöver ni flera olika datamodeller (t.ex. olika affärsområden)?

Kanaler och distribution

- Vilka kanaler ska försörjas? E-handel, marknadsplatser, B2B-portaler, print, återförsäljare?
- Krävs syndikering till stora retailers eller externa aktörer (Amazon, Walmart etc.)?
- Behövs digital shelf-analytics?
- Brand portals för återförsäljare/distributörer?

Integrationer och teknisk miljö

- Vilket ERP, PDM, CRM, webb, e-handel och DAM finns hos er idag?
- Finns en separat DAM-lösning eller ska den vara inbyggd?

Organisation och processer

- Vilka teams ska arbeta i PIM:et och hur tekniska är de?
- Krävs avancerade godkännandeflöden, versionering, granska/återkalla?
- Hur viktig är användarvänlighet jämfört med funktionsdjup?
- Finns dedikerade PIM-administratörer eller ska ansvaret delas?

Ekonomi och tidplan

- Vilken budget finns för licens, implementation och årlig förvaltning?
- Hur snabbt behöver lösningen vara i drift?
- Finns det ett tydligt business case (time-to-market, datakvalitet, lägre retur)?
- Hur ser tillväxtplanerna ut – kommer plattformen att räcka om 3–5 år?

11. Sammanfattande rekommendation

Utifrån generell positionering – innan er detaljerade kravbild är klar – kan följande tumregel användas som utgångspunkt:

Plattform	Passar bäst när...
Inriver PIM	Stort, komplext sortiment, global verksamhet, syndikering till retailers är affärskritisk, ni har budget och kompetens för långsiktig enterprise-investering.
Struct PIM	Mid-market till nedre enterprise, nordisk eller europeisk verksamhet, krav på flexibilitet och användarvänlighet, balans mellan funktionsdjup och implementationskomplexitet, ni vill ha partner-driven implementation.
Plytix PIM	SMB eller nedre mid-market, portal/e-handelsdrivet, snabb time-to-value, transparent och kontrollerad kostnad, integrerat DAM önskvärt, begränsad intern IT-kapacitet.

Riskscenarier att vara uppmärksam på

Lika viktigt som att välja rätt är att undvika fel storlek på plattformen. Tre scenarier att reflektera kring i tidig fas:

- **Risk för överköp av Inriver.** Om ert sortiment är relativt rakt, antalet kanaler är begränsat och organisationen saknar dedikerad PIM-förvaltning – då blir Inriver ofta för tungt. Plattformens kraft hämtas inte hem och den årliga kostnaden står inte i proportion till nyttan. Tumregel: Inriver lönar sig när komplexitet och skala tvingar fram det, inte tidigare.
- **Risk att växa ur Plytix.** Plytix är optimerat för SMB. Om ni har en tydlig tillväxtkurva mot fler marknader, mer komplex datamodell, avancerad governance eller stora retailer-syndikeringar kan plattformen bli en flaskhals inom 2–3 år. Då krävs ett kostsamt plattformsbyte. Tumregel: välj Plytix när det räcker idag och i överskådlig framtid – inte som tillfällig lösning.
- **Struct som "lagom-valet".** Struct positionerar sig medvetet mellan SMB-PIM och enterprise-PIM. För många nordiska och europeiska mid-market-bolag är det den minst riskabla utgångspunkten – tillräckligt kraftfullt för komplexitet, tillräckligt smidigt för att inte bli ett transformationsprojekt. Risken är att man underskattar implementationsbehovet och tror att "modernt UI" innebär "självgående".

Framtidssäkring och exit-risk

Plattformsval är långsiktiga. I tidig fas är det värt att reflektera kring inlåsning och flexibilitet:

- **Inriver.** Stort ekosystem och MACH-arkitektur ger god flexibilitet i tekniska val, men implementations- och förvaltningskostnaden gör ett senare byte tungt. Datat är portabelt via öppna API:er; inlåsningsrisken ligger främst i investeringen och processerna runt plattformen.
- **Struct.** Konfigurerbar utan kod gör datamodellen relativt portabel. Mindre ekosystem innebär färre konsulter att tillgå vid byte, men öppet REST API och tydlig datamodell underlättar export. Lägre inlåsning än Inriver.
- **Plytix.** Standardiserad och rak datamodell innebär att data är enkel att exportera. Inlåsningsrisken är låg, men man bör räkna med att avancerade processer som byggts upp i Plytix kan behöva återskapas i en mer kraftfull plattform vid uppgradering.

Generell princip: ju mer kundspecifik logik som byggs in i plattformen, desto högre exit-kostnad. Detta gäller alla tre alternativen.

Nästa steg

För er som vill ta er vidare i utvärderingsprocessen rekommenderar vi följande arbetssätt:

1. **Kartlägg era behov.** Genomför workshops med marknad, sortiment, e-handel och IT för att besvara frågorna i avsnitt 10 och vikta dem efter affärsvärde.
2. **Smalna av fältet.** Stäm av era krav mot plattformarna och reducera till 1–2 kandidater att gå vidare med.
3. **Boka demos och proof of concept.** Be leverantörerna visa just era scenarier – gärna med er egen produktdata. Det säger mer än standardiserade demos.
4. **Räkna på totalkostnaden.** Begär offerter och bygg en 3–5-årskalkyl inklusive licens, implementation, integrationer och förvaltning.
5. **Prata med befintliga kunder.** Be om referenser från 2–3 kunder per plattform i liknande bransch och storlek. Fråga om både det som fungerar och det som inte gjort det.

12. Hur Ninetech kan hjälpa er vidare

Ninetech har lång erfarenhet av att hjälpa verksamheter att välja, implementera och få ut affärsnytta av PIM. Vi arbetar plattformsoberoende och vår utgångspunkt är alltid era behov – inte en specifik produkt.

Vår PIM-process

Vi arbetar enligt en strukturerad femstegsprocess som tar er från första analys till en plattform i drift som skapar värde:

1. **Definiera behov och förutsättningar.** Vi kartlägger er produktstruktur, era system, datakällor, kanaler, roller och arbetsflöden. Underlaget används för att välja rätt plattform och rätt ambitionsnivå.
2. **Implementera PIM och produktmodell.** Vi sätter upp plattformen, designar datamodellen, konfigurerar regler och godkännandeflöden samt planerar migreringen från befintliga system.
3. **Integrationer.** Vi bygger dataflödena – in från ERP, PLM och leverantörer, ut till webb, e-handel, marknadsplatser och övriga kanaler – så att PIM blir en gemensam datakälla.
4. **Berika och skapa värde.** Ni fyller plattformen med produktinnehåll, översättningar och bilder – med vårt stöd i form av mallar, KPI:er för datakvalitet och kvalitetssäkring så att innehållet är publiceringsklart i alla kanaler.
5. **Skala lösningen.** Vi hjälper er att bredda PIM-lösningen med nya produktområden, marknader, kanaler och språk – så att plattformen växer i takt med verksamheten.

Fyra perspektiv genom hela processen

Genom alla faser arbetar vi med fyra perspektiv för att säkra att lösningen blir helhetsmässig:

- **Data och produktstruktur.** Produktstruktur, kategoriträd, attribut, varianter och referensprodukter.
- **Organisation och process.** Roller, ansvar, arbetsflöden och förvaltningsorganisation.
- **Teknik och integrationer.** Systemlandskap, dataflöden, API:er och arkitektur.
- **Kanaler och affärsvärde.** Utkanaler, datakvalitet och hur produktdata skapar verklig affärsnytta.

Var är ni i resan?

Oavsett om ni precis börjat fundera på PIM eller redan har en plattform som inte levererar som tänkt finns det ett naturligt nästa steg:

- Är ni tidigt i processen? Vi börjar gärna med en behovsworkshop för att hjälpa er förstå vad just er PIM-resa bör innehålla.
- Har ni en kravbild men är osäkra på plattform? Vi gör en strukturerad utvärdering med viktade kriterier och konkreta rekommendationer.
- Står ni inför implementation? Vi tar rollen som genomförandepartner – från datamodellering till integrationer och förvaltning.

Vill ni veta mer eller boka ett första samtal? Kontakta oss så hjälper vi er att hitta nästa steg som passar just er situation.

13. Källor och referenser

Bedömningarna i detta dokument bygger på officiell leverantörsdokumentation, oberoende recensioner och branschanalys. Nedan listas de huvudsakliga källorna. Våra seniora PIM-konsulters egen erfarenhet av PIM-implementationer ingår också i bedömningen.

Inriver PIM

- Inriver – officiell webbplats och Spring 2026 Release Notes (inriver.com)
- Gartner Peer Insights – inriver PIM Reviews & Ratings
- Software Advice – inriver PIM Reviews
- Research.com – inriver PIM Review 2026

Struct PIM

- Struct – officiell webbplats och produktdokumentation (struct.com, docs.struct.com)
- Struct PIM 4 – produktrelease 2024–2025
- Sivert Bertelsen – Struct PIM System: Technical Review
- G2 – Struct PIM Reviews

Plytix PIM

- Plytix – officiell webbplats och prissättning (plytix.com)
- G2 – Plytix Cloud PIM & DAM Reviews
- Software Advice – Plytix Reviews
- GetApp – Plytix Pricing, Features, Reviews
- Research.com – Plytix PIM Review 2026