

Velge og innføre en PIM-plattform

White paper for virksomheter tidlig i PIM-reisen eller med utfordringer knyttet til eksisterende PIM

1. Innledning

Stadig flere virksomheter står overfor det samme spørsmålet: Hvordan får vi kontroll på produktinformasjonen vår? Bakgrunnen kan være ulik – vekst mot flere markeder og kanaler, krav om raskere time-to-market, økte forventninger til kvaliteten på produktdata, eller ganske enkelt erkjennelsen av at Excel ikke lenger er tilstrekkelig. Uansett utgangspunkt ender reisen ofte i samme konklusjon: dere trenger en PIM-plattform (Product Information Management).

Samtidig er PIM-markedet fragmentert. Det finnes mange plattformer, fra lette SaaS-løsninger til tunge enterprise-systemer, og valget er langsiktig. Å velge feil plattform – for stor, for liten eller feil type – koster både tid og penger å rette opp.

Dette white paperet er skrevet for virksomheter som befinner seg tidlig i PIM-reisen. Det retter seg mot forretningsutviklere, markedssjefer, IT-ledere, sortimentsansvarlige og andre som har fått, eller tatt på seg, oppgaven med å vurdere PIM. Formålet er ikke å anbefale én plattform, men å hjelpe dere med å forstå hva valget faktisk handler om – og gi en strukturert sammenligning av tre etablerte alternativer: Inriver, Struct og Plytix.

Hva dere får ut av å lese videre

- En forståelse av hvorfor PIM har blitt et strategisk spørsmål, og hvilke problemer en plattform faktisk løser.
- Et rammeverk for hvordan dere kan evaluere PIM-plattformer ut fra egen virksomhet – ikke funksjonslister.
- En tydelig sammenligning av Inriver, Struct og Plytix, med styrker, svakheter og når hver plattform passer best – og mindre godt.
- Konkrete neste steg for hvordan dere kan komme videre i evalueringsprosessen.

Viktige utgangspunkter

- Riktig PIM er ikke den mest avanserte. Det er den som best matcher virksomhetens forretningsmål, produktstruktur, integrasjonsbehov, arbeidsmåter, modenhet, budsjett og ressurser. Å overdimensjonere er like risikabelt som å underdimensjonere.
- Ingen PIM passer for alle. Valget styres av sortimentets kompleksitet, antall kanaler, intern teknisk modenhet og vekstplaner.
- Funksjonslister er ikke nok. Plattformene løser ulike operative problemer. Det avgjørende er hvilket problem dere først og fremst vil løse.
- Total eierkostnad (TCO). Lisens er ofte bare én del. Implementering, integrasjoner, videreutvikling og forvaltning veier tungt over tid.

2. Hvorfor PIM?

Før dere sammenligner plattformer, er det verdt å ta et steg tilbake og forstå hvorfor PIM har blitt et så sentralt tema for virksomheter som arbeider med produktdata. Det handler sjelden om én enkelt teknisk løsning – det handler om hvordan produktinformasjonen kan støtte forretningen.

Problemene PIM løser

De fleste virksomheter kjenner seg igjen i minst noen av følgende utfordringer:

- Spredt produktinformasjon. Produktdata ligger i ERP, regneark, mapper, e-handel, leverandørfiler og i hodene til ulike team. Ingen vet hvilken versjon som er den riktige.
- Manuelt og tidkrevende arbeid. Å lansere et produkt i flere kanaler betyr at den samme informasjonen kopieres, tilpasses og oppdateres om og om igjen – med risiko for feil.
- Inkonsekvent kundeopplevelse. Ulik informasjon i ulike kanaler skader merkevaren og svekker konverteringen.
- Langsom time-to-market. Nye produkter, sesonger eller markedssatsinger bremses fordi produktdata ikke er klare i tide.
- Vanskelig å skalere. Flere språk, markeder, kanaler eller produktområder gjør manuelle prosesser uholdbare.
- Manglende sporbarhet og etterlevelse. Kravene til produktdata øker – fra EUs Digital Product Passport til bransjespesifikke regelverk – og uten struktur blir etterlevelse vanskelig.

Hva en PIM gjør for virksomheten

En PIM-plattform er en sentral kilde til produktinformasjon – en “single source of truth” – som samler, strukturerer, beriker og distribuerer produktdata til alle kanaler der informasjonen trengs. På virksomhetsnivå betyr det:

- Raskere lansering. Produkter kommer raskere ut i markedet fordi data håndteres strukturert og parallelt i stedet for sekvensielt.
- Bedre datakvalitet. Regler, validering og arbeidsflyter sikrer at produktinformasjonen er komplett og korrekt før publisering.
- Konsekvent kundeopplevelse. Den samme korrekte informasjonen presenteres i alle kanaler, tilpasset formatet og språket i hver kanal.
- Mer effektive team. Færre manuelle steg, tydeligere ansvarsområder og mindre dobbeltarbeid mellom marked, sortiment, e-handel og IT.
- Skalerbarhet. Virksomheten kan vokse i sortiment, markeder og kanaler uten at arbeidet med produktdata vokser i samme takt.
- Styrket forretning. Bedre produktdata gir økt salg, færre feil i bestillinger og leveranser, sterkere posisjonering overfor kunder og partnere samt bedre gjennomslag i kanalene der dere møter markedet.

Når blir det aktuelt?

Det finnes ikke et nøyaktig vendepunkt, men følgende signaler tyder på at PIM-spørsmålet er modent for å håndteres:

- Dere har mer enn noen hundre SKU-er og planlegger å vokse.
- Produktinformasjon finnes parallelt i flere systemer og Excel-filer.
- Dere selger, eller planlegger å selge, i mer enn én kanal (e-handel, markeds plasser, B2B-portaler, print).
- Lansering av nye produkter eller markeder bremses av arbeidet med produktdata.
- Det finnes økende frustrasjon rundt datakvalitet eller versjonsproblemer.
- Dere har, eller planlegger, internasjonalisering med flere språk.

Hvis dere kjenner dere igjen, er det riktig tidspunkt å begynne å evaluere PIM-plattformer – og det er her dette white paperet kommer inn.

3. Hva er viktig ved valg av PIM?

Før plattformene sammenlignes i detalj, bør dere reflektere over hvilke evalueringsområder som veier tyngst for nettopp deres virksomhet. Tabellen nedenfor oppsummerer de vanligste områdene og spørsmålene som hjelper dere å prioritere.

Område	Spørsmål å stille
Produktkompleksitet	Hvor avansert er produktinformasjonen? Mange attributter, relasjoner, varianter, pakker og hierarkier?
Integrasjoner	Må PIM integreres med ERP, e-handel, DAM, CMS, markedsplasser eller andre systemer? Hvor mange og hvor kritiske er de?
Skalerbarhet	Hvor mye forventes virksomheten å vokse i SKU-er, markeder og kanaler de neste 3–5 årene?
Brukervennlighet	Hvilke typer brukere skal arbeide i systemet? Hvor tekniske er de? Er lav læringsterskel viktig?
Governance	Behøves avanserte arbeidsflyter, godkjenningssløp, versjonering og styring av datakvalitet?
Time-to-market	Hvor raskt må plattformen være i drift og begynne å levere forretningsverdi?
Budsjett	Finnes det budsjett for en enterprise-løsning, eller trengs en mer kostnadseffektiv plattform? Hvordan ser toleransen for årlig TCO ut?
Omnichannel	Hvor mange kanaler skal forsynes? E-handel, markedsplasser, B2B-portaler, print, forhandlere? Kreves syndikering til eksterne aktører?
Intern modenhet	Hvor høy er den interne PIM-modenheten? Finnes det dedikerte administratorer, etablerte arbeidsflyter og teknisk kompetanse til å eie løsningen langsiktig?

4. Hurtigguide for ledelsesnivå

For styringsgruppe og ledelse som trenger en første retning før dypere analyse, gir tabellen nedenfor en oversettelse fra forretningsprofil til plattformindikasjon. Dette er en grov veiledning, ikke en anbefaling; en strukturert evaluering trengs alltid før beslutning.

Hvis dette er viktigst for dere...	Se først på...
Global virksomhet med kompleks produktdata og syndikering til store retailers	Inriver
Avansert governance, mange språk og markeder, og PIM som strategisk plattform	Inriver
Voksende nordisk eller europeisk virksomhet med behov for balanse mellom kraft og enkelhet	Struct
Brukervennlighet og kort time-to-market uten å miste funksjonsdybde	Struct
Portal-/e-handelsdrevet SMB med rask ROI og kontrollert kostnad	Plytix
Lite team, integrert DAM og tydelig prismodell uten tilbudsprosess	Plytix

5. Rask oversikt

Aspekt	Inriver PIM	Struct PIM	Plytix PIM
Segment	Enterprise / globale merkevarer	Mid-marked til enterprise	SMB til nedre mid-marked
Arkitektur	Multi-tenant SaaS, Azure, MACH-sertifisert	Multi-tenant SaaS, Azure (Struct PIM 4)	Cloud SaaS, AWS S3
Datamodell	Svært fleksibel, relasjonsbasert, komplekse hierarkier	Konfigurerbar uten kode, fleksible produktstrukturer	Rett frem og enkel – attributter og familier
Innebygd syndikering	Ja, omfattende (Syndicate Advance, retailer-API-er)	Begrenset – via konnektorer/REST API	Ja, kanaler og brand portals (add-ons)
DAM	Grunnleggende, ofte supplert med ekstern DAM	Forbedret mediebibliotek i v4	Innebygd og godt integrert
AI-funksjoner	Avansert AI-drevet beriking, analyse og syndikering	Innebygd AI-assistent	AI-credits for innhold, oversettelse, bildebehandling
Time-to-value	Lengre, krever erfarne ressurser	Middels, raskere enn enterprise-alternativer	Rask (kan være live innen dager/uker)
Typisk prosjektpofil	Større transformasjonsprosjekt	Mellomstort prosjekt, balanse mellom funksjonsdybde og implementeringskompleksitet	Kort oppstart og lav implementeringskompleksitet
Prismodell	Tilbud, enterprise-nivå	Tilbud	Transparent, basert på SKU + add-ons. Gratisplan finnes
Brukere	1 600+ globale merkevarer	Sterk nordisk tilstedeværelse	Tusenvis av SMB-kunder globalt

6. Inriver PIM

Posisjonering

Inriver er en enterprise-plattform for merkevarer, produsenter og forhandlere som håndterer store og komplekse produktkataloger på tvers av mange kanaler og markeder. Plattformen er multi-tenant SaaS på Microsoft Azure, MACH Alliance-sertifisert og sertifisert i henhold til SOC 2 samt ISO 27001/27701. En av plattformens sentrale styrker er at den kombinerer PIM, syndikering og Digital Shelf Analytics i samme løsning – noe få konkurrenter tilbyr under ett tak.

Velge og innføre en PIM-plattform

Styrker

- Sterk datamodellering og datastyring. En relasjonsbasert modell håndterer varianter, pakker og komplekse hierarkier godt.
- Bred innebygd syndikering. Syndicate Advance med direkte API-integrasjoner mot store retailers (Amazon 1P/3P, Home Depot, Walmart, Wayfair m.fl.) og pre-flight-validering som reduserer avvisninger.
- AI og digital shelf-intelligens. Nyere releaser løfter inn AI-drevet beriking, automatisering og visuelle arbeidsflyter samt utvidede syndikeringsmuligheter mot store retailers.
- Skalerbarhet og stabilitet. Bygget for store SKU-volumer, mange språk og regioner. 99,99 % oppetid.
- Partnerøkosystem. Etablert nettverk for implementering og integrasjon.

Svakheter

- Høy kompleksitet og læringskurve. Brukeranmeldelser peker på at UI-et kan oppleves mindre intuitivt enn nyere SaaS-alternativer. Krever erfarne ressurser for implementering og forvaltning.
- Lang time-to-value. Enterprise-implementeringer tar betydelig tid og krever interne eller partnerressurser.
- Høy kostnad. Lisens, implementering og forvaltning ligger i enterprise-segmentet. Pris gis kun på tilbud.
- Grunnleggende DAM. For avansert mediehåndtering supplerer man ofte med separat DAM.
- Support varierer. Anmeldelser er blandede når det gjelder supportens hastighet og proaktivitet.

Velg Inriver hvis...

- Sortimentet er stort og komplekst (mange varianter, relasjoner og hierarkier).
- Virksomheten er global eller regional med mange språk og markeder.
- Syndikering til store retailers og markeds plasser er forretningskritisk.
- Det finnes budsjett og kompetanse for en strategisk, langsiktig PIM-investering.
- Digital shelf analytics og styring av datakvalitet er prioritert.

Inriver passer mindre godt hvis...

- Organisasjonen er mindre eller har begrenset budsjett.
- Sortimentet er enkelt og kravene til datamodellering er begrensede.
- Rask og enkel implementering er et tungtveiende krav.
- Det mangler intern PIM-modenhet, dedikerte administratorer eller forvaltningsorganisasjon.
- Virksomheten primært drives som en mindre e-handel uten komplekse kanalkrav.

7. Struct PIM

Posisjonering

Struct er en dansk PIM-leverandør med sterk tilstedeværelse i Norden, med fokus på retail- og grossistscenarioer. Plattformen markedsføres som "det mest brukervennlige PIM-et" og legger vekt på konfigurerbarhet uten kode. Med Struct

Velge og innføre en PIM-plattform

PIM 4 (lansert 2024–2025) bygger plattformen på multi-tenant skyarkitektur på Microsoft Azure og har fornyet UI samt utvidet funksjonalitet.

Styrker

- Brukervennlighet. Moderne og rent grensesnitt designet for forretningsbrukere fremfor tekniske administratorer. Lavere terskel for opplæring og adopsjon.
- Fleksibel datamodell uten kode. Produktstrukturer (faner, seksjoner, attributter) konfigureres visuelt. Godt egnet for team som vil kunne tilpasse modellen selv.
- God balanse mellom funksjon og kompleksitet. Avansert søk, masse- og bulkredigering, regelbasert automatisering, dashboards og oppgavehåndtering.
- Granulære rettigheter. Tilgangskontroll helt ned til enkeltattributter.
- Innebygd AI-assistent. For produktbeskrivelser, oversettelser og innholdsforslag direkte i plattformen.
- REST API og konnektorer. Godt egnet for integrasjon mot ERP og e-handel.

Svakheter

- Mindre økosystem enn Inriver. Færre ferdige konnektorer for retailer-syndikering; mer avhengig av partnere eller egen integrasjonsutvikling.
- Bulk-ytelse har grenser. For svært store kataloger kan bulkoperasjoner kreve batchstrategier eller arkitektoniske tilpasninger.
- Frontend-integrasjon via mellomlag. For høy trafikk mot e-handelsfrontend anbefales mellomlag mellom PIM og frontend – noe som må regnes inn i løsningsarkitekturen.
- Nordisk fokus. Roadmap styres delvis av nordiske kunders behov; virksomheter med sterke globale krav bør validere roadmap-passform.
- Begrenset transparent prising. Pris gis på tilbud.

Velg Struct hvis...

- Brukervennlighet og rask adopsjon hos forretningsbrukere er høyt prioritert.
- Virksomheten er nordisk eller europeisk mid-market til nedre enterprise.
- Teamet vil kunne konfigurere datamodellen selv uten utviklere.
- Behovet for syndikering er moderat eller løses via egne integrasjoner.
- Det søkes balanse mellom funksjonsdybde og implementeringskompleksitet.

Struct passer mindre godt hvis...

- Virksomheten er svært stor global enterprise med ekstrem kompleksitet.
- Det finnes krav til et stort globalt partnerøkosystem.
- Syndikering til mange retailers via ferdige konnektorer er forretningskritisk.
- Integrasjonslandskapet er ekstremt komplekst med mange kanttilfeller.
- Bulkoperasjoner på svært store datamengder er sentralt i daglige arbeidsflyter.

8. Plytix PIM

Posisjonering

Plytix er bygget for små og mellomstore virksomheter (SMB) som vil konsolidere produktinformasjon raskt og kostnadseffektivt. Plattformen er cloud-native, hostes på AWS og er kjent for transparent prising, rask onboarding og innebygd DAM. Plytix tilbyr dessuten en gratisplan – uvanlig i PIM-segmentet.

Styrker

- Rask implementering. Mange kunder er operative innen dager eller uker; onboarding er en engangskostnad.
- Kostnadseffektivt. Transparent SKU-basert prismodell, gratis startplan, ubegrenset antall brukere. Lavere TCO for mindre kataloger.
- Innebygd DAM. Bilde- og filhåndtering, automatiske transformeringer (rename, resize, fjerning av bakgrunn) i plattformen.
- Brukervennlig. Sterkt rykte for intuitivt UI og utmerket kundesupport, bekreftet i G2- og Software Advice-anmeldelser.
- Innebygd AI. Generering, oversettelse og optimalisering av produktinnhold med credit-modell, tilpasset merkevarens tone of voice.
- Ferdige kanal- og feed-maler. Integrasjoner mot Shopify, Amazon, Google Shopping m.fl. samt brand portals.

Svakheter

- Begrenset for kompleks datamodellering. Plattformen er optimalisert for rette sortimenter. Komplekse relasjoner, hierarkier eller mange produktstrukturer håndteres mindre elegant.
- Skaleringstak. Ved svært store kataloger, mange markeder, språk og avansert governance når Plytix sine grenser.
- Begrenset governance. Roller og permissions finnes, men avanserte godkjenningsløp, versjonering og review/recall er begrenset sammenlignet med enterprise-PIM.
- Add-on-modell. Distribusjonskanaler, brand portals og AI-credits prises separat – noe som kan øke kostnaden ved bredere bruk.
- Mindre fotavtrykk for store retailer-syndikeringer. Mangler Inrivers bredde når det gjelder direkteintegrasjoner mot store B2B-retailers.

Velg Plytix hvis...

- Virksomheten er SMB eller nedre mid-marked med relativt rett sortiment.
- Rask time-to-value og lav total kostnad er prioritert.
- Det finnes ikke separat DAM, og man ønsker integrert bilde-/filhåndtering.
- Portal-/e-handelsfokus er primært.
- Teamet er mindre og har begrensede IT-ressurser.

Plytix passer mindre godt hvis...

- Sortimentet krever kompleks datamodellering med mange relasjoner og hierarkier.
- Virksomheten er global enterprise eller har avansert masterdatahåndtering.
- Det finnes høye krav til governance, godkjenningssløp og versjonering.
- Integrasjonskravene er komplekse eller krever dyp ERP-integrasjon.
- Forventet vekst raskt tar virksomheten inn i enterprise-segmentet.

9. Vurdering per dimensjon

Skala: Høy / Middels / Lav. Vurderingen er generell og bør valideres mot deres spesifikke kravbilde.

Dimensjon	Inriver	Struct	Plytix
Datamodelleringsstyrke (kompleksitet)	Høy	Høy	Middels
Brukervennlighet	Middels	Høy	Høy
Syndikering / kanalbredde	Høy	Middels	Middels-Høy
Innebygd DAM	Lav-Middels	Middels	Høy
AI-funksjoner	Høy	Middels	Høy
Raskhet i implementering	Lav	Middels	Høy
Skalerbarhet (SKU/volum)	Høy	Høy	Middels
Workflow & governance	Høy	Høy	Lav-Middels
Lavere TCO	Lav	Middels	Høy
Transparent prising	Lav	Lav	Høy
Partner- og konsulentøkosystem	Høy	Middels (sterkt i Norden)	Middels

10. Avgjørende spørsmål for plattformvalget

Før et endelig valg tas, bør følgende spørsmål besvares internt i organisasjonen. Svarene styrer hvilken plattform som passer best.

Sortiment og datamodell

- Hvor mange SKU-er håndterer dere i dag? Hvordan ser vekstprognosen ut 3–5 år fremover?
- Hvor kompleks er produktstrukturen? Varianter, pakker, relasjoner, hierarkier?
- Hvor mange språk og markeder?
- Trenger dere flere ulike datamodeller (for eksempel ulike forretningsområder)?

Kanaler og distribusjon

- Hvilke kanaler skal forsynes? E-handel, markeds plasser, B2B-portaler, print, forhandlere?

Velge og innføre en PIM-plattform

- Kreves syndikering til store retailers eller eksterne aktører (Amazon, Walmart osv.)?
- Behøves digital shelf analytics?
- Brand portals for forhandlere/distributører?

Integrasjoner og teknisk miljø

- Hvilke ERP-, PDM-, CRM-, web-, e-handels- og DAM-systemer finnes hos dere i dag?
- Finnes en separat DAM-løsning, eller skal den være innebygd?

Organisasjon og prosesser

- Hvilke team skal arbeide i PIM-et, og hvor tekniske er de?
- Kreves avanserte godkjenningssløp, versjonering og review/recall?
- Hvor viktig er brukervennlighet sammenlignet med funksjonsdybde?
- Finnes dedikerte PIM-administratorer, eller skal ansvaret deles?

Økonomi og tidsplan

- Hvilket budsjett finnes for lisens, implementering og årlig forvaltning?
- Hvor raskt må løsningen være i drift?
- Finnes det et tydelig business case (time-to-market, datakvalitet, lavere returrate)?
- Hvordan ser vekstplanene ut – vil plattformen være tilstrekkelig om 3–5 år?

11. Oppsummerende anbefaling

Basert på generell posisjonering – før det detaljerte kravbildet deres er klart – kan følgende tommelfingerregel brukes som utgangspunkt:

Plattform	Passer best når...
Inriver PIM	Stort, komplekst sortiment, global virksomhet, syndikering til retailers er forretningskritisk, og dere har budsjett og kompetanse for en langsiktig enterprise-investering.
Struct PIM	Mid-marked til nedre enterprise, nordisk eller europeisk virksomhet, krav til fleksibilitet og brukervennlighet, balanse mellom funksjonsdybde og implementeringskompleksitet, og dere ønsker partnerdrevet implementering.
Plytix PIM	SMB eller nedre mid-marked, portal-/e-handelsdrevet, rask time-to-value, transparent og kontrollert kostnad, integrert DAM ønskelig, begrenset intern IT-kapasitet.

Risikoscenarier å være oppmerksom på

Like viktig som å velge riktig er det å unngå feil størrelse på plattformen. Tre scenarier å reflektere over i tidlig fase:

- Risiko for overkjøp av Inriver. Hvis sortimentet er relativt rett frem, antall kanaler er begrenset og organisasjonen mangler dedikert PIM-forvaltning, blir Inriver ofte for tungt. Plattformens kraft hentes ikke ut, og den årlige kostnaden står ikke i forhold til nytten. Tommelfingerregel: Inriver lønner seg når kompleksitet og skala tvinger det frem, ikke tidligere.
- Risiko for å vokse ut av Plytix. Plytix er optimalisert for SMB. Hvis dere har en tydelig vekstkurve mot flere markeder, mer kompleks datamodell, avansert governance eller store retailer-syndikeringer, kan plattformen bli en flaskehals innen 2–3 år. Da kreves et kostbart plattformbytte. Tommelfingerregel: velg Plytix når det holder i dag og i overskuelig fremtid – ikke som en midlertidig løsning.
- Struct som “passe stort”-valget. Struct posisjonerer seg bevisst mellom SMB-PIM og enterprise-PIM. For mange nordiske og europeiske mid-market-selskaper er det det minst risikable utgangspunktet – kraftig nok for kompleksitet, smidig nok til ikke å bli et transformasjonsprosjekt. Risikoen er å undervurdere implementeringsbehovet og tro at “moderne UI” betyr “selvgående”.

Fremtidssikring og exit-risiko

Plattformvalg er langsiktige. I tidlig fase er det verdt å reflektere rundt innlåsing og fleksibilitet:

- Inriver. Stort økosystem og MACH-arkitektur gir god fleksibilitet i tekniske valg, men implementerings- og forvaltningskostnaden gjør et senere bytte tungt. Data er portabel via åpne API-er; innlåsing ligger først og fremst i investeringen og prosessene rundt plattformen.
- Struct. Konfigurerbarhet uten kode gjør datamodellen relativt portabel. Mindre økosystem betyr færre konsulenter å velge mellom ved bytte, men åpent REST API og tydelig datamodell gjør eksport enklere. Lavere innlåsing enn Inriver.
- Plytix. Standardisert og rett frem datamodell betyr at data er enkel å eksportere. Innlåsningsrisikoen er lav, men man bør regne med at avanserte prosesser bygget opp i Plytix kan måtte gjenskapes i en kraftigere plattform ved oppgradering.

Generelt prinsipp: Jo mer kundespesifikk logikk som bygges inn i plattformen, desto høyere exit-kostnad. Dette gjelder alle tre alternativene.

Neste steg

For dere som vil komme videre i evalueringsprosessen, anbefaler vi følgende arbeidsmåte:

1. Kartlegg behovene deres. Gjennomfør workshops med marked, sortiment, e-handel og IT for å besvare spørsmålene i avsnitt 10 og vekt dem etter forretningsverdi.
2. Smal inn feltet. Avstem kravene deres mot plattformene og reduser til 1–2 kandidater å gå videre med.
3. Book demoer og proof of concept. Be leverandørene vise nettopp deres scenarier – gjerne med deres egen produktdata. Det sier mer enn standardiserte demoer.

Velge og innføre en PIM-plattform

4. Regn på totalkostnaden. Be om tilbud og bygg en 3–5-årskalkyle inkludert lisens, implementering, integrasjoner og forvaltning.
5. Snakk med eksisterende kunder. Be om referanser fra 2–3 kunder per plattform i lignende bransje og størrelse. Spør både om det som fungerer og det som ikke har fungert.

12. Hvordan Ninetech kan hjelpe dere videre

Ninetech har lang erfaring med å hjelpe virksomheter med å velge, implementere og hente ut forretningsverdi fra PIM. Vi arbeider plattformuavhengig, og utgangspunktet vårt er alltid deres behov – ikke et bestemt produkt.

Vår PIM-prosess

Vi arbeider etter en strukturert femstegsprosess som tar dere fra første analyse til en plattform i drift som skaper verdi:

1. Definere behov og forutsetninger. Vi kartlegger produktstruktur, systemer, datakilder, kanaler, roller og arbeidsflyter. Underlaget brukes til å velge riktig plattform og riktig ambisjonsnivå.
2. Implementere PIM og produktmodell. Vi setter opp plattformen, designer datamodellen, konfigurerer regler og godkjenningssløp samt planlegger migrering fra eksisterende systemer.
3. Integrasjoner. Vi bygger dataflytene – inn fra ERP, PLM og leverandører, ut til web, e-handel, markedsplasser og øvrige kanaler – slik at PIM blir en felles datakilde.
4. Berike og skape verdi. Dere fyller plattformen med produktinnhold, oversettelser og bilder – med vår støtte i form av maler, KPI-er for datakvalitet og kvalitetssikring slik at innholdet er klart for publisering i alle kanaler.
5. Skalere løsningen. Vi hjelper dere med å utvide PIM-løsningen med nye produktområder, markeder, kanaler og språk – slik at plattformen vokser i takt med virksomheten.

Fire perspektiver gjennom hele prosessen

Gjennom alle faser arbeider vi med fire perspektiver for å sikre at løsningen blir helhetlig:

- Data og produktstruktur. Produktstruktur, kategoritrær, attributter, varianter og referanseprodukter.
- Organisasjon og prosess. Roller, ansvar, arbeidsflyter og forvaltningsorganisasjon.
- Teknologi og integrasjoner. Systemlandskap, dataflyter, API-er og arkitektur.
- Kanaler og forretningsverdi. Utkanaler, datakvalitet og hvordan produktdata skaper reell forretningsverdi.

Hvor er dere i reisen?

Enten dere akkurat har begynt å tenke på PIM eller allerede har en plattform som ikke leverer som forventet, finnes det et naturlig neste steg:

- Er dere tidlig i prosessen? Vi starter gjerne med en behovsworkshop for å hjelpe dere med å forstå hva nettopp deres PIM-reise bør inneholde.
- Har dere et kravbilde, men er usikre på plattform? Vi gjennomfører en strukturert evaluering med vektete kriterier og konkrete anbefalinger.

Velge og innføre en PIM-plattform

- Står dere foran implementering? Vi tar rollen som gjennomføringspartner – fra datamodellering til integrasjoner og forvaltning.

Vil dere vite mer eller booke en første samtale? Kontakt oss, så hjelper vi dere å finne neste steg som passer deres situasjon.

13. Kilder og referanser

Vurderingene i dette dokumentet bygger på offisiell leverandørdokumentasjon, uavhengige anmeldelser og bransjeanalyse. Nedenfor listes de viktigste kildene. Våre senior PIM-konsulenters erfaring fra PIM-implementeringer inngår også i vurderingen.

Inriver PIM

- Inriver – offisielt nettsted og 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 – offisielt nettsted og produktdokumentasjon (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 – offisielt nettsted og prising (plytix.com)
- G2 – Plytix Cloud PIM & DAM Reviews
- Software Advice – Plytix Reviews
- GetApp – Plytix Pricing, Features, Reviews
- Research.com – Plytix PIM Review 2026