BAYARD CONSULTING

PIM & DQ IM GESUNDHEITS-WESEN

Oder: Wie Sie die Anforderungen an Ihre Produktinformationen von Einkaufsgemeinschaften, Krankenhäusern und Gesetzgebern meistern können und Ihnen Schlagworte wie COVIN, HCDP, EUDAMED, UDI, Implantat-Register und viele weitere nicht mehr den Schlaf rauben.

#keineANGSTvorCOVIN

©2019 Bayard Consulting GmbH

INHALT

Anforderungen an Produktinformationen im Gesundheitswesen 03

COVIN – das Content Validation Network 03
HCDP – das Healthcare Content Data Portal 04
EUDAMED und GUDID – die Produktregister der EU und USA 04
NHS – das staatliche Gesundheitswesen in Großbritannien und Nordirland 05
LIR – das niederländische Implantat Register 06
GDSN – na, das haben wir jetzt aber schon erklärt! 06
Was sind eigentlich Ihre eigenen Anforderungen an Ihre Produktinformationen? 07
Was haben diese Anforderungen gemeinsam? 07

Was müssen Sie tun, um qualitativ hochwertige Produktinformationen zu erstellen? Ein Rezept 08

Vision 09
Strategie 09
Metriken 10
Organisation & Governance 11
Prozesse 11
IT 12

Was sind Ihre Herausforderungen bei der Umsetzung? 15

Haben Sie nicht alle Produktinformationen in einem zentralen System? 16
Es fehlen einige der benötigten Produktinformationen grundsätzlich? 16
Ihr Kunde hat erweiterte Regeln, zu denen Ihre Produktstammdaten passen müssen? 17
Verschiedene Mitarbeiter sind für unterschiedliche Teile Ihrer Produktinformationen verantwortlich? 17

Implementierungs Checkliste 18

Analysephase 18
Definitionsphase 19
Implementierungsphase 19

Sie brauchen Unterstützung? 21

ocun

ANFORDERUNGEN AN PRODUKTINFORMATIONEN IM GESUNDHEITSWESEN

Rauben Ihnen Begriffe wie COVIN, HCDP, EUDAMED, UDI, Implantat-Register, GDSN und weitere den Schlaf?

Seien Sie beruhigt – im Folgenden erläutern wir nicht nur die Begriffe und die damit verbundenen Herausforderungen, sondern geben Ihnen **ein Rezept** an die Hand, wie Sie sich auf diese Herausforderungen einstellen und diese dann auch leicht meistern können. Und sollten Ihnen diese Informationen noch nicht reichen, stehen wir die Bayard Consulting Group – Ihnen sehr gerne mit Rat und Tat zur Seite. **Also springen wir gleich in das kalte Wasser!**

COVIN – DAS CONTENT VALIDATION NETWORK

COVIN ist die Sammlung aller Qualitätsregeln für Artikelstammdaten im deutschen Gesundheitswesen. COVIN ist das Kooperationsprojekt aller wesentlichen Einkaufsgemeinschaften im deutschen Gesundheitswesen.

COVIN hat das Ziel, die Qualität der von den Medizintechnikunternehmen bereitgestellten Produktstammdaten signifikant und nachhaltig zu steigern. Das Regelwerk wird von den beteiligten Einkaufsgemeinschaften regelmäßig veröffentlicht und kann und soll von Lieferanten sowie Herstellern genutzt werden, um die Datenqualität Ihrer Produktinformationen **VOR(!)** Bereitstellung für die Einkaufsgemeinschaften zu prüfen. Idealerweise implementieren Sie die COVIN-Regeln direkt in dem System, in welchem Sie Ihre Produktinformationen pflegen – das kann Ihr ERP-System sein oder aber auch ein dediziertes PIM-System.

Natürlich prüfen auch die Einkaufsgemeinschaften Ihre Produktinformationen nach dem COVIN-Regelwerk und geben Ihnen entsprechende Reports zurück – aber eigentlich sollten Sie diese Prüfungen selbst machen und direkt qualitativ hochwertige Produktinformationen liefern. Bei Ihren physischen Produkten führen Sie ja schließlich auch eine Qualitätssicherung durch und lassen nicht den Patienten die Qualität des Zahnimplantats bewerten, oder?

BAYARD bc CONSULTING

HCDP – DAS HEALTHCARE CONTENT DATA PORTAL

HCDP ist der Datenpool der Einkaufsgemeinschaften P.E.G. eG, Prospitalia GmbH sowie der Sana Klinik Einkauf GmbH.

Weitere Einkaufsgemeinschaften wollen sich an diesem Datenpool beteiligen. Und diese Einkaufsgemeinschaften fordern ihre Lieferanten auf, alle ihre Produktinformationen im HCDP bereitzustellen. Der HCDP bildet die **Grundlage sicherer elektronischer Prozesse** in Einkauf und Logistik in den Gesundheitseinrichtungen, wie eProcurement bzw. der zukünftigen elektronischen Rechnung. Über HCDP versorgen Hersteller und Lieferanten die angeschlossenen Gesundheitseinrichtungen kontinuierlich und einheitlich mit validierten Daten über einen standardisierten Prozess.

Im HCDP werden alle von den Lieferanten und Herstellern eingestellten Produktinformationen nach den COVIN Regeln validiert, denn nur valide Daten werden von den Einkaufsgemeinschaften aus dem Datenpool abgezogen. Mit dem HCDP wollen die Einkaufsgemeinschaften Ihnen als Lieferanten und Herstellern das Leben möglichst einfach machen. Der HCDP erlaubt den Daten-Upload in quasi allen im Gesundheitswesen **gängigen Datenformaten** (von Excel über GHX-Template bis zu GS1 XML und GDSN). Darüber hinaus bietet der HCDP auch noch eine komfortable Benutzeroberfläche in der Validierungsfehler nach COVIN aufgezeigt werden und Produktinformationen bei Bedarf auch korrigiert werden können. Sie können im HCDP sogar komplette Artikel manuell erfassen!

HEALTHCARE CONTENT DATA PORTAL

IST DAS DIE LÖSUNG ALL IHRER PROBLEME?

Eine verifizierte Antwort geben können wir hier nicht, aber auf die Fakten schauen:
Das Management von qualitativ hochwertigen Produktinformationen ist ein Geschäftsprozess und erfordert entsprechende Organisation und Prozesse und eine **geeignete (!)** IT-Unterstützung.

EUDAMED UND GUDID – DIE PRODUKT-REGISTER DER EU UND USA

Die MDR (Medical Device Regulation) verpflichtet die Hersteller von Medizinprodukten, die Daten über ihre Produkte für Europa in der EUDAMED zu speichern.

Medizingeräte, die in den USA angeboten werden, müssen vorher in der Produktdatenbank (GUDID) der FDA elektronisch registriert sein.

Nicht nur Ihre Abnehmer wollen Ihre Produktinformationen – auch der Gesetzgeber, der natürlich seine eigenen Vorstellungen davon hat, welche Produktinformationen er braucht und welche Qualitätsregeln für ihn gelten.

Wie sieht Ihr Prozess aus, um diese Anforderungen zu bedienen? Sie wollen alle Ihre Produktdaten händisch in die jeweilige Web-Oberfläche eintippen und sich dann von den Validierungsmeldungen überraschen lassen? Vermutlich eher nicht.

Auch wenn die regulatorischen Anforderungen häufig von anderen Abteilungen beantwortet werden, so handelt es sich doch immer um die gleichen Produkte und Produktinformationen. Es wäre doch toll, wenn diese alle konsistent aus einem System kommen würden.

NHS – DAS STAATLICHE GESUNDHEITS-WESEN IN GROSSBRITANNIEN & NORDIRLAND

Die NHS (National Health Service) hat entschieden, dass ihre Lieferanten alle Datenkataloge für die NHS per GDSN (Global Data Synchronisation Network) elektronisch einliefern müssen.

Das GDSN ist ein von der GS1 organisiertes Netzwerk von **weltweit aktuell 39 Datenpools**, die nach dem GDSN-Standard Daten austauschen. Unser GDSN Datenpool b-synced erfüllt genau diese Kriterien und bietet darüber hinaus weitere Möglichkeiten Artikelstammdaten optimal zu nutzen.

Auch im GDSN gibt es Validierungsregeln, die die Datenqualität für die Daten-Abnehmer sicherstellen sollen. Und: Im GDSN kann zusätzlich jeder Daten-Abnehmer eigene Validierungsregeln aufstellen. Die prüft er, sobald er Daten bekommt und kommuniziert die Ergebnisse automatisiert über GDSN an den Daten-Lieferanten – also an Sie – als entsprechende Nachricht CIC (Catalog Item Confirmation) zurück. Als wäre das noch nicht kompliziert genug, gibt es in Europa Landes- und Branchenspezifische Community-Profile, die wiederum zusätzliche, eigene Qualitätsregeln festlegen.

Aber für die NHS ist das dann doch einfacher – es gelten die reinen GDSN-Datenqualitätsregeln und zusätzlich die NHS spezifischen. Um die NHS mit Daten zu beliefern, müssen Sie einen der 39 Datenpools als Ihren Datenpool-Dienstleister auswählen, Ihre Daten über seinen angebotenen Weg bereitstellen und mögliche Fehler-Rückmeldungen anschließend wieder entgegennehmen.

Ideal ist natürlich, wenn Sie alle Ihre Produktinformationen für die NHS in einem System bereits qualitätsgesichert haben und Sie die Daten dann automatisiert an Ihren Datenpool und damit an die NHS spielen können.

WAS BRAUCHEN SIE DAZU? QUALITÄTSGESICHERTE PRODUKT-INFORMATIONEN!

Wie kommen Sie da dran? In dem Sie eine Organisation, Prozesse und eine passende IT aufsetzen, mit der Sie Ihre Produktinformationen managen und qualitätssichern können.

BAYARD bc CONSULTING

LIR – DAS NIEDERLÄNDISCHE IMPLANTATREGISTER

Als Information: Das deutsche Implantatregister ist schon in Vorbereitung und andere Länder ziehen sicherlich nach.

Nach den Erläuterungen zur NHS ist das LIR (Niederländische Implantatregister) schnell erklärt, denn Sie können das LIR auch über GDSN befüllen. Es gelten im Wesentlichen die GDSN-Datenqualitätsregeln und zusätzlich die Regeln für den niederländischen Healthcare-Markt.

HEUREKA!

Das ist einfach! Wenn Sie denn nur Ihre Produktinformationen qualitätsgesichert vorliegen haben.

GDSN – NA, DAS HABEN WIR JETZT ABER SCHON ERKLÄRT!

Neben der NHS und dem LIR gibt es tatsächlich viele weitere Abnehmer, die Ihre Produktinformationen über das GDSN abnehmen. Dazu gehört – oh Wunder – auch der HCDP.

Ist also GDSN die Lösung? Nein, GDSN ist lediglich ein Transportweg – zukünftig vermutlich »der« Transportweg – wie Sie die Produktinformationen an Ihre Datenabnehmer verteilen können.

Weiterhin übrig bleibt die Aufgabe des Produkt Informations Managements inkl. des Datenqualitätsmanagements Ihrer Produktinformationen. Und hier geht es um die passende Organisation, Prozesse und IT, die Sie hier in die Lage versetzen, diese Herausforderungen zu meistern.

WAS SIND EIGENTLICH IHRE EIGENEN ANFORDERUNGEN AN IHRE PRODUKTINFORMATIONEN?

Bis jetzt haben wir die Anforderungen an die Datenqualität, die Ihnen von Ihren Kunden auferlegt wird, diskutiert. Aber was ist mit Ihren Anforderungen innerhalb Ihrer eigenen Organisation?

Wir gehen davon aus, dass Sie die gleichen Artikeldaten für Ihre Geschäftsprozesse und Ihre internen Systeme nutzen, und dass dies die Daten sind, welche Sie mit Ihren Kunden austauschen.

DESHALB SOLLTEN SIE SICH JETZT DIE FOLGENDEN FRAGEN STELLEN:

1. Welche Ihrer Geschäftsprozesse benötigen Produktinformationen?

2. Welche Systeme stellen Produktinformationen bereit?

3. Was sind deren Anforderungen hinsichtlich Datenqualität?

WAS HABEN DIESE ANFORDERUNGEN GEMEINSAM?

Immer geht es um die folgenden Aspekte:

1. Erstellung und Pflege Ihrer Produktinformationen – häufig bieten Datenabnehmer auch Lieferantenportale o.ä. an – aber wollen Sie Ihre Produktinformationen x-mal eintippen? Und wie gehen Sie dann mit Änderungen um? Alles x-mal machen?

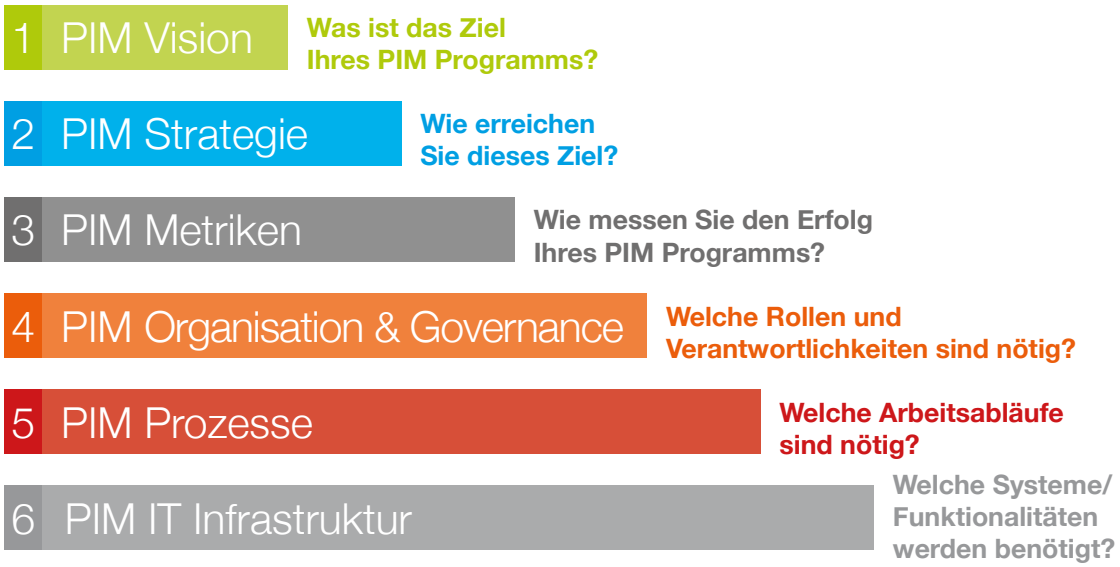
2. Datenqualität Ihrer Produktinformationen – dabei liegt die Definition von »Datenqualität« zum großen Teil beim Datenabnehmer. Er definiert die Qualitätsregeln, da er die Daten für bestimmte Geschäftsprozesse nutzen will.

3. Datenformate und Protokolle zur Übertragung Ihrer Produktinformationen – dieser Aspekt ist meistens noch am einfachsten zu lösen, da dies von Dienstleistern und Datenpools häufig als Dienstleistung angeboten wird: Datenformate mit Hilfe von Mappings zu übersetzen und verschiedene Protokolle zu unterstützen. Und an dieser Stelle scheint sich GDSN im Gesundheitswesen zu etablieren.

BAYARD bc CONSULTING

WAS MÜSSEN SIE TUN, UM QUALITATIV HOCHWERTIGE PRODUKTINFORMATIONEN ZU ERSTELLEN? EIN REZEPT!

Dieses Kapitel soll als Vorlage dienen, um Ihnen dabei zu helfen, ein PIM (Produkt Informations Management) zu erstellen. Wir schlagen Ihnen sechs Bausteine vor, die Sie in Ihrem Programm abdecken sollten:



1. Vision: Sie müssen eine Vision haben, um zu wissen, warum Sie dieses Programm starten und was Sie letztendlich damit erreichen wollen.

2. Strategie: Wie wollen Sie Ihre Vision erreichen?

3. Metriken: Sie müssen Ihre Leistungen auf einer regelmäßigen Basis messen.

4. Organisation & Governance: Wie wollen Sie sich für das Produkt Informations und Datenqualitätsmanagement organisieren? Und welche Regeln und Konventionen wollen Sie festlegen?

5. Prozesse: Welche Prozesse werden Sie sich ansehen, um die Datenqualität zu verbessern?

6. IT Infrastruktur: Wie können Ihre IT Systeme Ihre Bemühungen unterstützen?

In den folgenden Abschnitten finden Sie Vorschläge für die Implementierung eines PIM Programms. Wenn Sie diese Vorschläge befolgen, wird es Ihnen möglich sein, dieses Programm in Ihrer Organisation mit einem Minimum an Aufwand zu implementieren.

VISION

»Die Qualität unserer Produktinformationen entspricht den Erwartungen unserer Kunden«

Diese Vision sieht auf den ersten Blick sehr generisch aus. Aber wenn Sie genauer hinschauen, gibt sie Ihnen eine sehr gute Orientierung. Sie müssen schauen, wer Ihre Kunden sind und wer Ihre Artikeldaten elektronisch empfangen wird. Wie sehen deren Erwartungen und Anforderungen aus?

STRATEGIE

»Wir setzen ein Datenqualitätsmanagement System ein«

So wollen Sie Ihre Vision erreichen. Bei dem Aufbau eines Datenqualitätsmanagement Systems sagen sie nur, dass Sie ein System einführen wollen, bestehend aus Organisation, Prozessen und IT, um Ihre Datenqualität absolut effizient verwalten zu können. An dieser Stelle könnten wir uns fragen, was eigentlich der Unterschied zwischen einem »Datenqualitätsmanagement System für Stammdaten« und »Produkt Informations Management als Geschäftsprozess« ist. In beiden Fällen möchte man ein dokumentiertes System von Metriken, Organisation, Prozessen und IT etablieren um die Qualität der Stammdaten zu erhöhen. So wäre die folgende Strategie entsprechend:
»Einführung von Produkt Informations Management als Geschäftsprozess«

METRIKEN

Wenn Sie ein Datenqualitätsmanagement System aufbauen, ist es von hoher Bedeutung, Metriken zu haben, welche Ihre Aufwendungen im Rahmen der Datenqualität und Ihre Leistungen auf einer regelmäßigen Basis messen können. Wir würden Ihnen vorschlagen, einen monatlichen Bericht über diese Metriken zu führen.

Im Folgenden schlagen wir externe Metriken vor, die Ihnen einen Hinweis darauf geben sollten, wie gut Sie mit Ihren Kunden über Ihre Artikeldaten kommunizieren und interne Metriken, die die eigentliche Datenqualität Ihrer Produktinformationen abdecken sollten.

METRIKEN

Externe KPIs

1. Anzahl der Händler, mit denen Sie elektronisch kommunizieren (bitte erweitern oder ändern Sie diese Liste um Ihre relevanten B2B-Prozesse)

a. GDSN
b. EDI Orders
c. EDI Invoice
d. EDI Despatch Advice

2. Anzahl der Händler, die immer nach manuellen Papierdaten fragen, Excel-Tabellen, Word Dokumente, E-Mail, etc.

3. Anzahl der Händler, für die Sie die Eingabe Ihrer Artikeldaten manuell in einem Händlerportal durchführen

4. Anzahl der im GDSN veröffentlichten Artikel

5. Anzahl der erhaltenen CICs (getrennt nach Status)

6. Anzahl der manuellen Eskalationen, wo Sie Daten mit Ihren Kunden synchronisiert haben, aber Rückmeldungen erhalten haben und einige manuelle Maßnahmen ergreifen müssen, um die Fehler zu korrigieren.

Interne KPIs

B2B/GDSN getrieben: Hinsichtlich der Datenqualität für die B2B-Prozesse und GDSN macht das GS1 DQF durchaus Sinn. Deshalb sollten Sie deren KPIs in Ihrem Datenqualitätsmanagement System integrieren und auch deren Regeln für die Messung der KPIs berücksichtigen.

Um Ihnen eine vollständige Vorlage für die Implementierung an die Hand geben zu können, listen wir hier die KPIs einmal auf:

1. Generic attribute accuracy: dieser Bereich umfasst generische Attribute wie GlobalTradeItemNumber, ClassificationCategoryCode, TradeItemDescription und NetContent.

2. Dimension and weight accuracy: enthält die Attribute Tiefe, Breite, Höhe und Bruttogewicht.

3. Hierarchy accuracy: deckt die Verpackungshierarchie und die dazugehörigen Attribute ab –Gesamtmenge der nächst kleineren Verbrauchereinheit, Anzahl der Verbrauchereinheiten pro Lage und Menge der Lagen pro Palette.

4. Active/Orderable: zeigt an, ob ein Artikel noch aktiv ist und bestellt werden kann.

Anzahl der Data Issue Tickets: Data Issue Tickets werden von Ihrem internen Data Steward versendet. Siehe Erläuterung des Data Stewards im Unterpunkt »IT«.

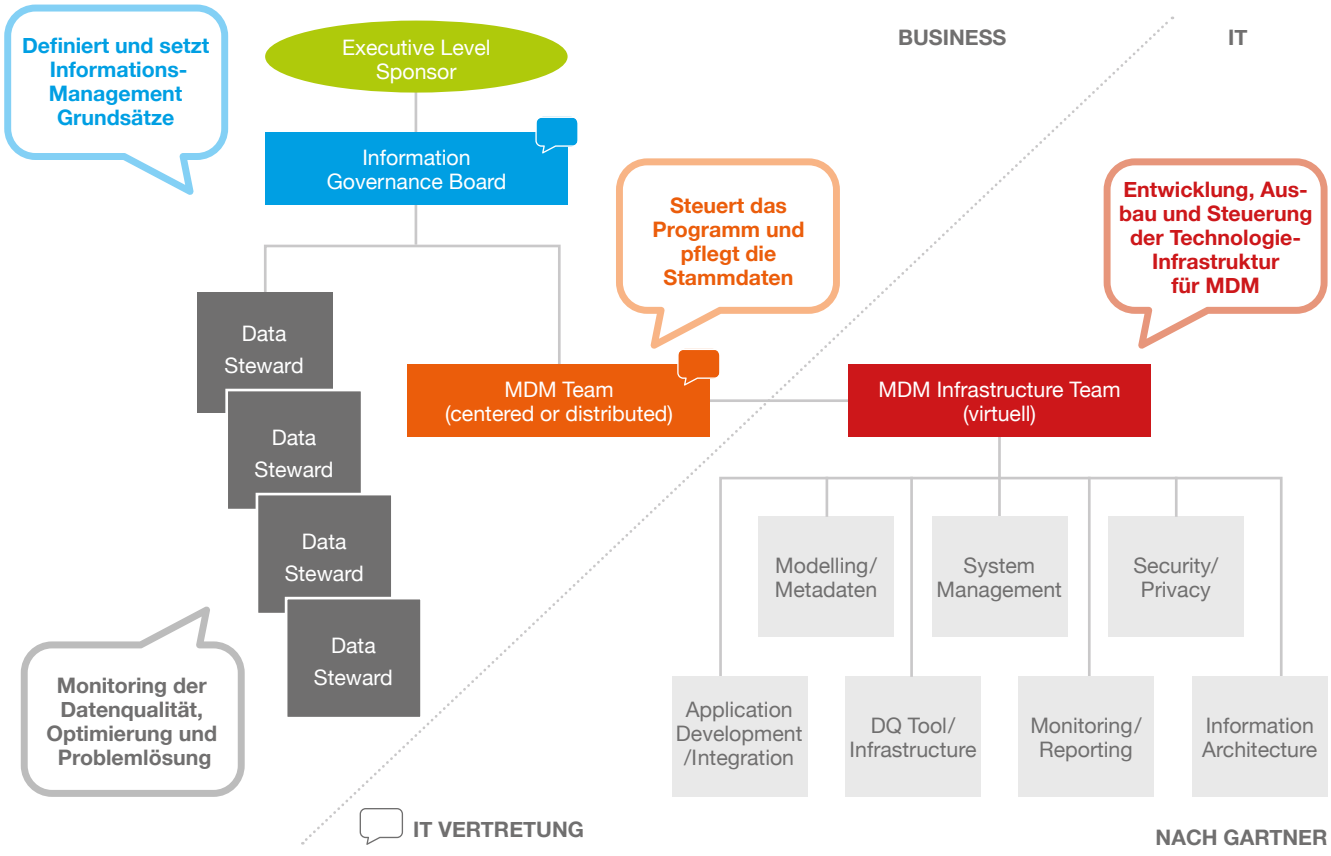
ORGANISATION & GOVERNANCE

Bei der Implementierung eines Datenqualitätsmanagement Systems wären die ersten Fragen, die Sie sich aus der organisatorischen Perspektive stellen und beantworten sollten:

1. Wer verwaltet die Produktinformationen und wem gehören sie?

2. Wer ist verantwortlich für die Datenqualität der Produktinformationen?

Unser Vorschlag dazu ist (dies wird auch von Gartner so empfohlen), dass das Unternehmen eine Produkt Informations Management Organisation einführt, die im Allgemeinen wie folgt aussehen sollte:



Eine kurze Beschreibung der verschiedenen Rollen und Verantwortlichkeiten:

1. Das Information Governance Board sollte aus Sponsoren der Führungsebene bestehen. Diese sollten Information Management Richtlinien festlegen und durchsetzen. In diesem Board sollten Sie Vertreter aus Wirtschaft haben – das ist entscheidend – aber Sie sollten hier auch Repräsentanz Ihrer IT-Führungskräfte haben.

2. Das MDM Team ist verantwortlich für die Verwaltung des MDM Programms. Sie sind die Autoren der Stammdaten und sind für die Pflege der Daten verantwortlich und somit Inhaber der Daten. Dieses Team kommuniziert mit den Data Stewards um die Datenqualität, wo notwendig, zu verbessern und sie kommunizieren auch mit den Kunden, zu wem sie die Daten veröffentlichen.

3. Data Stewards sind in der Business Unit verankert und sind verantwortlich für die Überwachung der Datenqualität, Verbesserung und Problemlösung. Sie pflegen die Daten nicht selbst, sondern arbeiten eng mit dem MDM Team zusammen, um die Stammdatenqualität zu erreichen, welche von den Unternehmen benötigt wird.

4. Das MDM Infrastructure Team ist ein virtuelles Team, welches verantwortlich für alle Aspekte der IT Implementierung ist, welche für den MDM Geschäftsprozess benötigt werden.

5. Im Rahmen des GDSN wollen wir lediglich die Bedeutung der Rollen **Data Modelling** und **Information Architecture** hervorheben. Wenn Sie am GDSN teilnehmen, sind diese Rollen entscheidend, weil sie die Verbindung zum GSMP Prozess sind, Change Requests definieren und auch die Änderungen annehmen, die vom GSMP/GDSN kommen.

Bitte benutzen Sie diese Vorlage als einen Leitfaden!

In der Praxis müssen Sie in Ihrer eigenen Organisation schauen, wie Sie die verschiedenen Rollen und Verantwortlichkeiten innerhalb dieser übernehmen können.

HABEN SIE DIE ANTWORTEN AUF DIE FRAGEN, DIE WIR IHNEN ZU BEGINN DES KAPITELS GESTELLT HABEN?

Frage: **Wer verwaltet die Produktinformationen und wem gehören sie?**
Antwort: *Das MDM-Team*

Frage: **Wer ist verantwortlich für die Datenqualität der Produktinformationen?**
Antwort: *Die Data Stewards*

PROZESSE

In diesem Kapitel ist es schwierig, ein Standard Template zu empfehlen, weil es eine signifikante Abhängigkeit von der Art Ihrer Organisation und den Prozessen gibt, die Sie in Ihrem Unternehmen implementiert haben.

Aber wir möchten an dieser Stelle die Prozesse hervorheben, die Sie sich genauer ansehen und definieren sollten.

1. Der Artikelpflegeprozess sollte in der Verantwortung des MDM Teams liegen. Innerhalb dieses Prozesses sollten Sie sich überlegen, wie Sie höchste Datenqualität garantieren können. Zum Beispiel könnten Sie ein Genehmigungsverfahren einführen, welches ein »Vier-Augen-Prinzip« mit einbezieht.

2. Der Prozess der Verwaltung Ihres Kundenfeedbacks hinsichtlich Ihrer Daten ist entscheidend, um Ihre Daten verbessern zu können. Daher sollte das Kundenfeedback erfasst werden und das MDM Team dies in einem strukturierten Prozess bearbeiten.

3. Interne Datenkontrolle sollte durch die Data Stewards durchgeführt werden. Diese Ergebnisse sollten ebenfalls erfasst und an das MDM Team kommuniziert werden. Das MDM Team sollte dann an der Verbesserung der Daten arbeiten.

IT

Haben wir eigentlich schon erwähnt, dass »Datenqualität« und »Produkt Informations Management« KEINE IT Projekte sind? Nein? Ok, dann werden wir es jetzt tun!

DATENQUALITÄT UND PRODUKT INFORMATIONS MANAGEMENT SIND KEINE IT-PROJEKTE!

Sie können sich sicherlich die perfekte IT-Umgebung vorstellen, die Datenqualitätsmanagement und Produkt Informations Management perfekt unterstützt. Perfekt wäre ein zentrales Produkt Informations Management System in Verbindung mit einer Messaging-Middleware oder einem Integrations-Hub. In der perfekten Welt wären dann alle Ihre Geschäftsanwendungen über diese Middleware an Ihr zentrales Produkt Informations Management System angebunden.

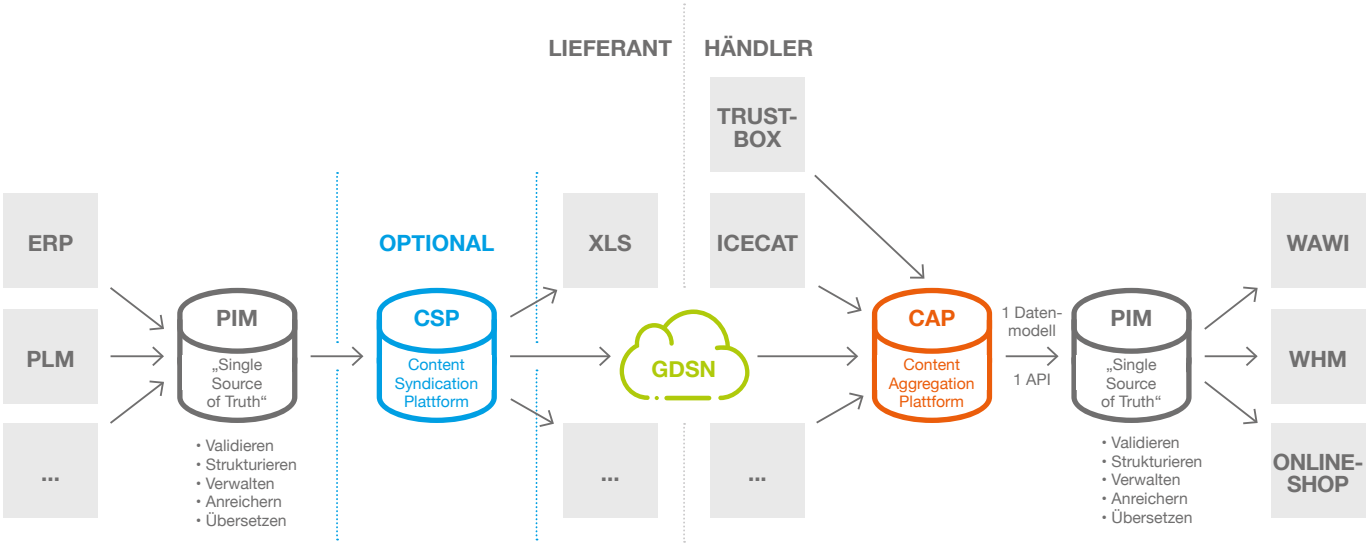
Wenn Sie bereits geplant haben, Ihre gesamte IT-Infrastruktur neu aufzubauen, dann wäre dies der richtige Weg, den Sie gehen sollten. Aber die Realität sieht meistens anders aus und Sie müssen in Ihrer bestehenden IT-Infrastruktur pragmatische Wege finden, wie Sie PIM als Geschäftsprozess unterstützen können.

Es gibt zwei Dinge, die Sie haben sollten:

1. Eine »Single source of truth« für die Produktinformationen, die Sie an Ihre Kunden veröffentlichen. Es ist nicht notwendig, diese auch zu Ihrer internen »Single source of truth« zu machen.

In vielen Fällen ist bereits ein ERP System etabliert (wie z.B. SAP), die Meister im Bereich Artikeldaten sind. Das Problem ist allerdings, dass das ERP System in der Regel nicht alle Daten hält, die Ihre Kunden anfordern und dass es ziemlich kompliziert ist, das ERP System mit einem GDSN Datenpool zu verbinden.

Die Lösung ist, ein PIM System zu implementieren, welches in Ihrem ERP System (Ihren ERP Systemen) integriert wird. So können Sie dieses PIM einfach mit den wesentlichen Artikelinformationen aus dem ERP System versorgen und führen dann die notwendige Datenanreicherung durch und veröffentlichen Ihren Handelspartnern die Artikelinformationen letztendlich aus dem PIM. Der Rest Ihrer IT Infrastruktur bleibt dabei völlig unberührt.



Dies wäre ein pragmatischer Ansatz.

Wenn Sie diesen Ansatz wählen, können Sie mit der Zeit das PIM immer mehr als interne »Single source of truth« für Ihre Produktinformationen nutzen und Ihre weiteren internen Geschäftsanwendungen damit verbinden und auch intern Ihre Systeme aus dem PIM versorgen.

2. Sie benötigen ein Ticketsystem, zu welchem Ihre Data Stewards Data Issue Tickets versenden können und wo Ihr MDM Team Vorfälle und deren Lösungen verfolgen kann. Ein Ticketsystem bietet Ihnen Werkzeuge zur Messung, bspw. wie viele Vorfälle gerade vorhanden sind und was die durchschnittliche Lösungsdauer ist.

WAS SIND IHRE HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSETZUNG?

In diesem Kapitel listen wir die häufigsten Herausforderungen auf, die auf Sie zukommen können. Denken Sie nicht, dass Sie der Einzige mit diesen Fragen sind. Viele Unternehmen haben heutzutage diese Herausforderungen, aber es gibt auch eine Menge von Unternehmen, die sie bereits gelöst haben.

Wir werden versuchen, Ihnen nun eine mögliche Lösung für diese Herausforderungen an die Hand zu geben, aber auch aufzeigen, wie Sie diese lösen könnten, wenn Sie ein PIM-System nutzen würden.

BAYARD B2C CONSULTING

HABEN SIE NICHT ALLE PRODUKTINFORMATIONEN IN EINEM ZENTRALEN SYSTEM?

Es ist nichts Neues, dass Sie nicht alle produktbezogenen Informationen an einem einzigen Ort haben.

Typischerweise verfügt Ihr ERP System über alle wesentlichen Artikelstammdaten, die benötigt werden, um Ihr Produkt verkaufen zu können. B2C Informationen (Marketingtext, Funktionsbeschreibungen, etc.) und regulatorische Angaben stehen dagegen oft überhaupt nicht in strukturierter Weise zur Verfügung. Manchmal sind diese nur auf Ihrer Website und auf der Verpackung angegeben.

Wie kann man diese Herausforderung lösen?

Im Prinzip wäre **der beste Ansatz**, ein zentrales **PIM aufzubauen** in welchem Sie Ihre gesamten Produktinformationen bereitstellen können. Das PIM wäre idealerweise die »Single source« von Produktinformationen für alle anderen IT Systeme. Aber dieser Ansatz ist in der Regel eine sehr drastische Veränderung, auch in den Prozessen, und erfordert daher immer ein riesiges Projekt.

Der pragmatischere Ansatz wäre, ein **PIM zu implementieren** mit dem Fokus, alle bereits in anderen Systemen existenten Produktinformationen aus diesen zu empfangen und die Daten zu konsolidieren. In dem PIM würden Sie die Daten ggfs. noch manuell und workflow-gestützt anreichern und die Qualität sichern. Hier würden Sie all die Qualitätsregeln Ihrer Datenempfänger hinterlegen und prüfen.

Last but not least würden Sie aus dem PIM heraus die Produktinformationen für Ihre Datenabnehmer auf den unterschiedlichsten Kommunikationswegen kommunizieren.

ES FEHLEN EINIGE DER BENÖTIGTEN PRODUKTINFORMATIONEN GRUNDSÄTZLICH?

Manchmal hat man die erforderlichen Informationen überhaupt nicht in seinen Systemen verfügbar.

Ein Beispiel hierfür könnte die »Karton« GTIN sein (diese ist im GDSN übrigens obligatorisch). Wenn Sie keine GTIN für die Verpackungseinheit »Karton« zugewiesen haben, müssen Sie hierfür neue GTINs erzeugen und bereitstellen. Diese Informationen müssen natürlich auch in einem Ihrer Systeme erfasst werden. Es könnte eine Option sein, diese GTINs in einem PIM zu verwalten.

Ein ähnliches Problem besteht häufig bei der »Paletten« GTIN und den Paletteninformationen im Allgemeinen. »Paletten« GTINs sind im GDSN nicht obligatorisch, aber gewisse Paletteninformationen sind für andere Verpackungshierarchien auch im GDSN zwingend erforderlich. Abhängig von Ihrem Geschäft, haben Sie möglicherweise diese Informationen nicht in Ihrem ERP verfügbar. Nach wie vor könnte die manuelle Datenanreicherung problemlos in einem PIM durchgeführt werden.

Wie sieht es mit Abmessungen aus? Und mit Bildern? Und dem Marketingtext?

Ich denke, Sie haben bereits eine Idee. Wenn Sie ein PIM als »Single source« für die Veröffentlichung von Produktinformationen an Ihre Kunden implementiert haben, wäre dies auch für die manuelle Datenanreicherung eine sehr gute Entscheidung. Dies erfordert allerdings, dass Ihr Tool die manuelle Datenanreicherung einschließlich benutzer- und rollenbasierter Zugangskontrolle unterstützt.

IHR KUNDE HAT ERWEITERTE REGELN, ZU DENEN IHRE PRODUKTSTAMMDATEN PASSEN MÜSSEN?

In einem der vorherigen Kapitel haben wir erklärt, warum Händler zusätzliche Validierungsregeln haben können. Es wäre eine Überraschung, wenn Ihre Kunden nicht auch irgendwelche Validierungsregeln hätten, die über das GDSN hinaus gehen.

Wollen Sie im »Trial and Error« Modus arbeiten? Wenn Sie noch nicht die Validierungsregeln Ihrer Kunden in Ihrem System implementiert haben und wenn Sie nicht sicherstellen können, ob die Daten aus Sicht Ihrer Kunden gültig sind, besteht immer noch die Möglichkeit, dass Sie ungültige Daten an Ihre Kunden versenden. Sie würden immer auf eine CIC Nachricht warten – oder noch schlimmer, ein Telefonanruf! Ihr Kunde wird derjenige sein, der Ihnen sagt, dass Sie keine Kontrolle über Ihre Datenqualität haben!

DIE LÖSUNG IST GANZ EINFACH:

Sie müssen die Validierungsregeln Ihrer Kunden an einem zentralen Ort implementieren – und der wäre sinnvollerweise Ihr PIM-System.

VERSCHIEDENE MITARBEITER SIND FÜR UNTERSCHIEDLICHE TEILE IHRER PRODUKTINFORMATIONEN VERANTWORTLICH?

In größeren Organisationen wäre es ungewöhnlich, wenn eine einzige Person für die Qualität aller Produktinformationen verantwortlich wäre.

Deshalb werden Sie sicherlich einen mehrstufigen Genehmigungsprozess haben wollen, den Sie konfigurieren und an Ihre Organisation anpassen können. Sie werden bestimmt auch wollen, dass ein Datensatz von den richtigen Personen freigegeben wird, bevor dieser veröffentlicht wird. Auch dies unterstützt ein PIM-System.

BAYARD bc CONSULTING

IMPLEMENTIERUNGS CHECKLISTE

Die folgenden Checklisten helfen Ihnen, die Implementierung von Produkt Informations Management als Geschäftsprozess zu strukturieren.

ANALYSEPHASE

Der Zweck der Analysephase ist die Dokumentation, wie Sie Ihre Produktinformationen heute verwalten. Während der Analyse werden Sie herausfinden wollen, was derzeit nicht definiert ist, was schlecht funktioniert und bestätigen wollen, was bereits gut funktioniert.

Vor allem aber sollte der Fokus auf aktuellen Themen und Mängeln liegen.

ZU BETRACHTENDE FRAGE	IHRE ANTWORT
Was ist Ihre aktuelle Produkt Informations Management Organisation?	
Wem gehören die Daten?	
Wer verwaltet die Daten?	
Wer kontrolliert die Qualität?	
Wer ist der Ansprechpartner für Ihre Kunden?	
Was sind Ihre aktuellen Prozesse für das Produkt Informations Management?	
Artikelanlageprozess	
Artikeländerungsprozess	
Artikellöschungsprozess	
Freigabeprozess	
Kundenfeedbackprozess	
Was ist Ihre IT Landschaft?	
Welche Systeme erstellen/bearbeiten/ anreichern Artikelstammdaten?	
Welche Systeme empfangen Artikelstammdaten?	
Was ist der Datenfluss zwischen Ihren Systemen? Wird eine vollständige und korrekte Datensynchronisation gewährleistet?	

DEFINITIONSPHASE

Der Zweck der Definitionsphase ist zu definieren, wo Sie mit Ihren Produkt Informationen und dem Datenqualitätsmanagement hin wollen und wie Sie dieses Ziel erreichen wollen.

In Kapitel 2 haben wir Ihnen eine Vorlage angeboten, wie man ein Produkt Informations Management System aufbauen kann. Wir haben sechs Bausteine für ein solches Programm vorgeschlagen. Diese sechs Bausteine sollten Sie hier nun definieren.

Wir raten Ihnen in der folgenden Liste dringend zum »Copy and Paste«, dessen was wir Ihnen bereits in Kapitel 2 vorgeschlagen haben. Aber stellen Sie bitte sicher, dass Sie es an Ihre Anforderungen anpassen!

BAUSTEINE	IHRE DEFINITION
Vision	
Strategie	
Metriken	
Organisation & Governance	
Prozesse	
IT	

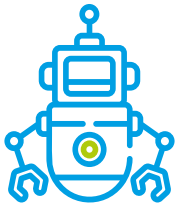
IMPLEMENTIERUNGSPHASE

In der Implementierungsphase müssen Sie nun die Änderungen ermitteln, um aus der aktuellen Position (was Sie in der Analyse Phase dokumentiert haben) heraus an der Stelle anzukommen, wo Sie in Zukunft sein möchten (was Sie in der Definitionsphase dokumentiert haben).

Für die Implementierungsphase sollten Sie genau die erforderlichen Änderungen dokumentieren.

ART DER ÄNDERUNGEN	IHRE ÄNDERUNGEN DIE SIE IMPLEMENTIEREN MÜSSEN
Änderungen in der Organisation	
Änderungen in den Prozessen	
Änderungen in der IT	

XpertenSPRECH-STUNDE mit
MR. PIM



Termine unter: info@b-synced.io

SIE BRAUCHEN UNTERSTÜTZUNG?

Wir sind sehr gerne für Sie da!

Wir unterstützen bei der Positionsbestimmung, bei der Zieldefinition, bei der Umsetzung von Organisation und Prozessen, bei der Auswahl der geeigneten IT und deren Umsetzung.

Vom Anfang bis zum erfolgreichen Ende!

WEBINAR FÜR HCDP-ONBOARDING

In diesem kostenfreien **WEBINAR** erklären wir Ihnen alles rund um das HCDP (Healthcare Content Data Portal). Wir zeigen Ihnen, wie Sie über das Portal einfach und schnell Artikel im HCDP hinzufügen und verwalten können. Ziel unseres WEBINARES ist es, dass Sie anschließend Ihre Artikel selbstständig und zügig über das **HCDP** bereitstellen können.

Bayard Consulting GmbH
Agrippinawerft 30 • D-50678 Köln • T: +49 221 | 716 185 0 • F:+49 221 | 716 185 20
E: info@bayard-consulting.com • www.bayard-consulting.com **www.b-synced.io/healthcare/**

XpertenNEWS
Sexy, smart, kostenlos im Abo!

Wir können auch analog und unterstützen den WWF Deutschland. Abonnieren Sie unsere kostenlosen XpertenNEWS und wir spenden für den Erhalt des Sumatra Regenwaldes. **Ihre E-Mail zählt!**

„DAS KONZEPT IST DURCHDACHT UND WIRD SICH SICHER ETABLIEREN – GEGENWÄRTIG WOHL EINES DER RICHTUNGSWEISENDEN PROJEKTE IN DIESEM GENRE.“

– Feedback eines HCDP-Lieferanten –

#bepartofthechange