

Checklist: Implementación de PIM

Guía práctica de GoToPoint para centralizar, limpiar y distribuir la información de producto

Usa esta checklist para evaluar tu estado actual y planificar la implementación de un PIM. Cada fase incluye acciones concretas que puedes revisar con tu equipo de contenido, comercial y TI.

1. Diagnóstico del catálogo actual

- ☐ Inventariar todos los canales donde se publica producto (web, marketplace, retailer, app).
- ☐ Mapear fuentes de datos: ERP, DAM, planillas Excel, PDF, catálogos impresos.
- ☐ Definir atributos obligatorios por canal y categoría.
- ☐ Medir % de completitud actual por SKU y canal.
- ☐ Identificar los 20 SKUs con mayor venta y mayor error de contenido.

2. Modelo de datos y taxonomía

- ☐ Diseñar la estructura de categorías, familias, subfamilias y variantes.
- ☐ Definir atributos base (nombre, descripción, EAN, marca, categoría).
- ☐ Definir atributos enriquecidos (beneficios, ingredientes, especificaciones técnicas).
- ☐ Estandarizar unidades de medida, monedas y formatos de texto.
- ☐ Crear un único identificador maestro por SKU vinculado al ERP.

3. Limpieza y migración de datos

- ☐ Deduplicar SKUs y resolver conflictos de nombres/atributos.
- ☐ Normalizar descripciones y eliminar formatos inconsistentes.
- ☐ Validar EANs y códigos de producto contra el ERP.
- ☐ Asociar imágenes, videos y fichas técnicas al SKU correcto.
- ☐ Definir un score de calidad mínimo aceptable por SKU.

4. Workflows y gobernanza

- ☐ Asignar roles: creador, validador, aprobador y publicador de contenido.
- ☐ Definir estados del contenido: borrador, revisión, aprobado, publicado, obsoleto.
- ☐ Establecer SLAs de publicación por canal (objetivo: < 48h).

- ☐ Crear reglas automáticas de validación antes de publicar.
- ☐ Documentar el proceso de actualización de contenido existente.

5. Integración y sindicación

- ☐ Priorizar canales por volumen de venta y complejidad de integración.
- ☐ Definir formatos de feed por retailer/marketplace.
- ☐ Mapear atributos internos a los requisitos de cada canal.
- ☐ Automatizar la sincronización de precios, stock y contenido.
- ☐ Implementar alertas de rechazo de feed y errores de publicación.

6. Medición y mejora continua

- ☐ Medir mensualmente % de completitud por canal y categoría.
- ☐ Medir time-to-market de nuevos SKUs.
- ☐ Medir % de rechazo de feeds por marketplace/retailer.
- ☐ Evaluar conversión y devoluciones atribuibles a contenido.
- ☐ Revisar trimestralmente la taxonomía y atributos del catálogo.

¿Necesitas ayuda para implementar tu PIM? Agenda un diagnóstico gratuito en gotopoint.lovable.app/pim