ERP PIM 使用手冊

ERP PIM 商品管理系統 (Product Information Management)

本文件為 ERP 商品管理系統的操作手冊，涵盖商品建立、Shopify 同步、Amazon 同步、Google Shopping 同步、Channels 列表管理、Channel 資料設定等功能。適用於日常商品管理、多平台上架、資料維護與問題排查。

1. ERP PIM 是什麼

ERP PIM 商品管理系統 (Product Information Management)

- 商品主檔：SKU、名稱、價格
- 多語系內容：中文、英文、日文
- 媒體管理：主圖、副圖、影片
- 多平台上架：Shopify、Amazon、Google、Channels
- 庫存與價格：可用庫存、安全庫存、價格
- 同步與排程：自動同步、手動同步

ERP PIM 的角色

- 內部資料中心：所有商品資料的唯一來源
- 上架前的資料準備：確保各平台上架資料完整
- 跨平台資料一致性：同一商品在各平台顯示一致

2. 常見使用情境

情境 A：品牌電商剛開始上架 Shopify 與 Amazon

第一次建立商品並同步到 Shopify 與 Amazon 的流程，以下為一般建議順序：

1. 建立商品主檔（SKU、名稱、價格、庫存）
2. 補齊多語系內容（中文、英文、日文）
3. 上傳媒體（主圖、副圖、影片）
4. 設定 Channels 列表（決定哪些商品要上架哪個平台）
5. 設定 Channel 資料（各平台專屬欄位）
6. 執行同步

ERP PIM 的角色

- 內部資料中心：所有商品資料的唯一來源
- 上架前的資料準備：確保各平台上架資料完整
- 跨平台資料一致性：同一商品在各平台顯示一致

情境 B：一個商品多平台銷售的維護

日常維護流程：

- 更新庫存、價格、內容
- 新增商品
- 調整各平台的設定

ERP PIM 的角色

- 內部資料中心：所有商品資料的唯一來源
- 上架前的資料準備：確保各平台上架資料完整
- 跨平台資料一致性：同一商品在各平台顯示一致

情境 C：商品資料整理與資料一致性問題

常見問題：

- 資料不完整
- 多語系內容缺漏
- 媒體未上傳
- 各平台資料不一致
- 同步失敗
- 資料來源不明

解決方向：

- 建立標準資料流程
- 定期檢查資料完整性
- 確保 ERP PIM 為唯一資料來源
- 各平台設定獨立管理

3. 系統畫面導覽

登入畫面

輸入帳號與 Password，按登入即可進入。

Dashboard

Dashboard 是登入後的總覽頁，用來：

- 看整體狀況
- 看最近活動
- 看哪邊有問題
- 決定要不要進一步操作

商品列表

進入方式：

- 側欄 → Products
- 或從 Dashboard 點入

畫面內容：

- 搜尋 SKU / 名稱
- 篩選狀態
- 查看商品清單

這是日常最常用的管理畫面。

新增商品

進入方式：

- 商品列表 → 新增商品

畫面內容：

- SKU
- 名稱
- 狀態
- 庫存
- 價格
- 內容

建立完成後，會進入商品編輯頁。

商品編輯

商品主檔管理頁。

可以在這裡管理：

- 基本資料
- 多語系內容
- 媒體
- Channel Product
- 各平台資料

媒體管理

媒體資產管理，可新增、搜尋、檢視、複製網址。

可以在這裡管理：

- 主圖
- 副圖
- 影片
- 媒體網址

分類列表

各平台商品資料管理。

可以在這裡管理：

- 哪個商品在哪個平台
- 各平台資料
- 同步狀態
- 最近同步時間

Channels 列表

各平台設定管理。

可以在這裡管理：

- 平台啟用狀態
- 平台名稱
- 平台設定

Channel 資料設定

這是最接近平台上架欄位的頁面。可管理：

- 平台專屬標題
- 平台專屬描述
- 平台專屬價格
- 平台專屬庫存
- 平台專屬媒體
- 平台專屬分類

這頁通常是平台上架前最後一步要檢查的地方。

同步管理

這頁可以看：

- 上次同步時間
- 成功
- 失敗
- 錯誤訊息

常見操作流程：

1. 商品資料完整
2. 各平台設定完成
3. 執行同步
4. 檢查同步結果
5. 若失敗，查錯誤訊息

日常維護流程

日常維護通常會做的事：

- 更新庫存
- 更新價格
- 補內容
- 新增商品
- 檢查同步失敗
- 修錯誤資料

4. 建議操作流程

日常維護流程（建議順序）

1. 檢查 Dashboard
2. 檢查 Sync Logs
3. 處理失敗的 Products
4. 檢查 Channel Product
5. 執行 Shopify Sync
6. 執行 Amazon Sync
7. 執行 Google Shopping Sync

5. 一個完整電商上架範例

假設有一個商品：

- SKU：SKU-001
- 名稱：Wireless Earbuds
- 狀態：Active
- 庫存：100
- 價格：1990

要在 Shopify 與 Amazon 上架，建議流程：

1. 建立商品主檔（SKU、名稱、狀態、庫存、價格）
2. 補齊多語系內容
3. 上傳媒體（主圖、副圖）
4. 設定 Channels 列表（決定要上架哪個平台）
5. 設定 Channel 資料（各平台專屬欄位）
6. 執行 Shopify Sync
7. 執行 Amazon Sync
8. 檢查 Sync Logs
9. 若失敗，回到 Products 修資料

6. 什麼資料應該放在 PIM，什麼不要

建議放在 PIM：

- 商品主檔
- 多語系內容
- 媒體
- 各平台資料
- 同步設定
- 同步結果

建議不要放在 PIM（或僅一開始）：

- 即時庫存
- 即時價格
- 訂單資料
- 即時物流資料

7. 非工程師最常遇到的問題

Q1：Store URL 是什麼？

格式為 myshopify.com

例如：

https://your-store.myshopify.com

Myshopify 是預設網址。

https://shop.example.com

Q2：我看不到 callback URL，是不是一定要做？

不是。

callback URL 是：

- 進階設定
- 自訂 App
- 自訂 OAuth 流程

目前 Shopify 連線通常不一定需要手動設定。

Q3：我要整理哪些欄位才算上線？

最低建議：

- SKU
- 名稱
- 狀態
- 庫存
- 價格
- 主圖
- 至少一個平台的 Channel Product

Q4：商品數不同是正常的嗎？

是的。

常見原因：

- 某平台尚未建立 Channel Product
- 某平台尚未執行 Sync
- 某平台資料不完整
- 某平台資料被過濾
- 某平台資料尚未同步

8. 經驗值及實用導入建議

建議先從單一平台開始，不要一開始就全平台上線。

建議先確保：

- 商品主檔完整
- 媒體齊全
- 多語系內容可用
- 至少一個平台的 Channel Product 完整
- 同步流程可重複執行

9. 結語

ERP PIM 的定位：內部資料中心，不是即時系統。

日常最重要的：

- 資料完整
- 資料一致
- 同步可重複執行

目前 ERP PIM 已具備：商品主檔、多平台管理、媒體、同步、錯誤訊息與日誌。