



НАШИТЕ ПРВИ
20 ГОДИНИ

www.gs1mk.org.mk/20godini

GS1 e-ИНФО

Бр.21 - март 2015

Почитувани читатели на e-ИНФО на GS1 Македонија

Клучен елемент во бизнис процесите е висок квалитет на податоците за Вашите производи. Точните податоци за производите се клучни за да обезбедите видливост на Вашите брендови во дигиталниот свет во кој живееме и водиме бизнис. Квалитетот на податоците влијае на сите процеси во дистрибутивниот синџир, од нарачка до испорака, а има влијание и на сите видови на процеси во електронската комерција. Доколку нема точни податоци за Вашиот производ, тогаш Вашите брендови ќе бидат невидливи или уште полошо - ќе се наруши довербата на купувачите кон Вашите производи.

Подобрувањето на дигиталните податоци за производите кои ги користат купувачите при носење на одлука кој производ да го купат, наметнува потреба сите релевантни учесници во процесот да ја разберат одговорноста и да заедно соработуваат на подобрувањето на дигиталните податоци.

Решението мора да биде базирано на интернационален систем на стандарди - GS1 стандарди. GS1 стандардите нудат докажана рамка за креирање, менаџирање и споделување на податоците за производите - ефикасно и сигурно. Со GS1 стандардите се овозможува ефикасна размена на податоците меѓу различните трговски партнери и се овозможува интероперабилност во креирањето на глобални решенија.

GS1 организацијата гарантира дека Вашиот производ ќе може да се прочита на каса или дека бар кодот на купонот точно ги идентификува производите. Како непрофитна, неутрална организација која ја има потврдено Вашата доверба, GS1 може да и помогне на вашата компанија да ги задоволи потребите за точни и квалитетни податоци за Вашите производи во дигиталниот свет.

GS1 Македонија изработи електронски каталог на производи од македонските компании, чија конечна визија е да стане единствен доверлив извор на информации за производите со македонски бар код и да се поврзе во иднина со веќе воспоставената GDSN мрежа за синхронизација и размена на податоците.

**Не чекајте повеќе. Вклучете се во GS1
Каталогот.**



Слаѓана Милутиновиќ,
извршен директор

GS1 Македонија на нова локација



Почитувани,

Ве информираме дека GS1 Македонија од 1-ви март 2015 изврши промена на своето седиште. Новите простории се наоѓаат на адреса улица „Даме Груев“ бр.5 – Општина Центар, Скопје (веднаш до полициска станица БЕКО).

Локација на мапа: <https://www.google.mk/maps/place/GS1+Macedonia/@41.993092,21.427553,17z/data=!4m2!3m1!1s0x135415b506d27edb:0x313c10faf3804779?hl=en>

Со почит,
GS1 Македонија

Бенефитите од користењето на точни и ажурирани податоци: Сите добиваат со точни и ажурирани податоци

Исполнувањето на новите барања на купувачите, обезбедувањето на точни податоци и конзистентно искуство за брендот, а истовремено заштитувајќи се од измами и фалсификување, креира нови предизвици за бизнисите. Точните податоци за производите се клучни за да обезбедите видливост на вашите брендови во дигиталниот свет. Од интернет продажбата до социјалните мрежи, од дигиталните купони до искуствата на купувачите, доколку нема точни податоци за вашиот производ тогаш вашите брендови ќе бидат невидливи или полошо ќе се уништи довербата на купувачите за вашите производи.



Сите засегнати субјекти мора да овозможат “виртуелните” податоци за производот да бидат минимално онолку добри колку што се информациите на печатената етикета, а ќе обезбедат и други релевантни информации кои не може да бидат прикажани на етикетата или пакувањето. Подобрувањето на дигиталното искуство на потрошувачите ќе обезбеди значајни бенефити за сопствениците на брендот.

Потрошувачите може да направат подобри одлуки при купувањето

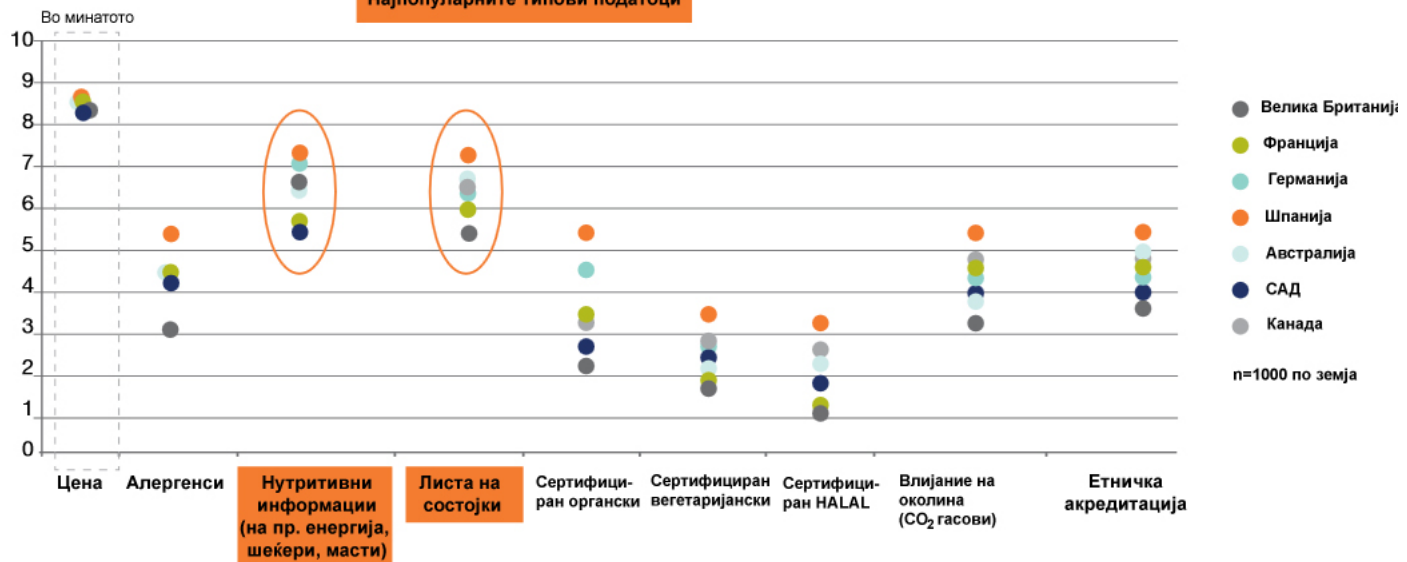
Со доверлив извор на податоци, потрошувачите ќе добијат точни информации кои ќе им помогнат да направат информирани одлуки за производот. Еден пример на ваква употреба е осум неделното истражување на GS1 Австралија и Универзитетот Викторија, во кој што било проценето како смартфоните и GS1 бар кодовите може да се користат во борбата против зголемената тежина. За време на истражувањето, учесниците ги скенирале бар кодовите на лебот, житариците и колачите и добивале информации за натриумот и заситените масти во производите, како и препорачаните вредности според Националниот институт за здравство. Информациите биле добиени од стандардизираната база на податоци од електронскиот каталог на GS1 Австралија – GS1net и податоци добиени од четирите најголеми супермаркети. Околу 40% од учесниците ја промениле својата диета како резултат на добиените информации и 67% прифатиле да ја користат апликацијата ако во неа се содржат повеќе производи.

Точни и конзистентни дигитални податоци може исто така да помогнат корисниците брзо и лесно да ги пронајдат и купат производите преку повеќе канали. Со постоењето на збогатени податоци, апликациите ќе може да ги прикажуваат производите кои одговараат на преференците на корисникот и ќе овозможи подобра и поефикасна екстракција на информациите, нивно користење и подобрување на корисничкото искуство.

Клучен фактор за задоволување на корисниците е да се разбере до кои типови на податоци сакаат да пристапат. Во минатото мобилните апликации исклучиво се користеле за споредба на цените на производите, но со зголеменото користење на мобилните уреди се проширува опсегот на податоци кои ги интересира корисниците (нутритивен состав, состојки, употреби, алергенци, органски сертификати, ...).



Најпопуларните типови податоци



Интересите на потрошувачите за типовите на податоци за производот

Сопствениците на брендот може да изградат доверба кај потрошувачите

Производителите и трговците се свесни за зголеменото внимание што потрошувачите го посветуваат на здравјето, благосостојбата и безбедноста на храната. Со подобрување на состојбата на дигиталните податоци за производот им се овозможува на трговците и производителите можност да обратат исто така внимание за информирање на потрошувачите преку единечен доверлив извор на податоци.

“Обезбедувањето на точни информации за нашите производи е критичен дел од градењето на довербата со нашите потрошувачи” – Werner Geissler, потпретседател за глобални операции, Procter & Gamble.

Сопствениците на брендот исто така ќе имаат дополнителен бенефит од можноста нивните податоци да бидат достапни до корисникот во моментот на одлука за производот – физички или виртуелно. Мобилната апликација може да му овозможи на сопствениците на брендovите нова димензија во комуникацијата со потрошувачите (на пр. подетално објаснување на адитив во производот и неговото значење).



Ако производителите и трговците ги организираат податоците и понудите да одговараат на персоналните барања и потреби на потрошувачите, тие може да го искористат потенцијалот да се креираат подлабоки врски со потрошувачите и да се добие нивната доверба и лојалност, а во исто време да се намали ризикот погрешни или штетни податоци за брендот да стигнат до потрошувачите.

Развивачите на апликации и податочни базени исто така ќе имаат бенефити

Со обезбедувањето на точни податоци до потрошувачите, развивачите на апликации ќе ги намалат, дури и елиминираат проблемите и трошоците при достава на погрешни или штетни информации за производите. Преку користењето на единечен извор на податоци, корисниците на

апликацијата ќе се сигурни дека добиените податоци потекнуваат од сопственикот на брендот.

Развивачите на податочни базени исто така ќе имаат бенефит од точните податоци, бидејќи ќе овозможи привлекување на нови корисници во веќепостоечката инфраструктура.

Остварување на стратегиските цели на индустриите

Подобрувањето на состојбата на дигиталните информации за производите не е краткотраен проблем, кој носи брзи бенефити за сите засегнати субјекти. Со степенот на развој на технологијата, индустријата мора да најде начини поефикасно да оствари релации со потрошувачите на подолг период. Нудењето на точни и проверени дигитални податоци за купувачите ќе биде есенцијално за да се оствари оваа цел со користењето на смартфоните, таблетите и другите мобилни уреди во оваа декада.

Единечен доверлив извор на податоци ќе овозможи да се оствари уште една цел: овозможување на здрав живот и благосостојба кај корисниците.

Трендовите на стареење на светската популација и зголемениот притисок од регулаторните тела за остварување на оваа цел ја потенцираат потребата од долготрајни решенија за да се обезбедат точни здравствени и нутритивни информации за корисникот.

Потрошувачите имаат потреба од нутритивни информации

69%	од потрошувачите се заинтересирани за нутритивниот состав
68%	се заинтересирани за информациите поврзани со енергијата/калориите
67%	се заинтересирани за информации поврзани со заситените масти
65%	се заинтересирани за количеството на јаглехидрати и шеќери
65%	од потрошувачите се заинтересирани за состојките во производот

Визија: Обезбедување на добри дигитални информации за купувачите

Во моментот постои можност за развој на решенија кои ќе ги задоволуваат потребите на корисниците за дигиталните информации, кои ќе бидат развиени од страна на производителите, трговците, провајдерите на услуги и техничките компании. На што треба да се фокусираме и како да ја оствариме оваа можност?



Најпрво е многу важно да се направи разлика меѓу два типа на податоци кои може да ги добие корисникот:

- Авторизиран податоци: Тие се матичните податоци за производот (описот, состојките, нутритивните факти,...), кои ги нуди сопственикот на брендот (производителот или трговецот), авторизирани извори од страна на сопственикот на брендот или независни сертифицирани тела (на пр. агенција за сигурносен рејтинг).
- Неавторизирани податоци: Тоа се дополнителни податоци за производот, кои се добиваат од ентитети, кои не се поврзани со сопственикот на производот (на пр. информации за цените кај различни трговци, достапноста, кориснички ревизии, рејтинг, рецепти, препораки,...).

Иницијалниот фокус на индустриите треба да бидат авторизираните податоци. Четири клучни фактори мора да бидат остварени за да се подобри квалитетот на авторизираните податоци:

- Интегритет на податоците: Податоците остануваат исти како што биле добиени од изворот.
- Автентичност на податоците: Податоците се добиени од легитимен извор, со одобрение на сопственикот на брендот.
- Точност на податоците: Податоците се точни.
- Комплетност на податоците: Сите податочни атрибути се пополнети и достапни.

Подобрувањата во податочниот тек во B2C дистрибутивниот синџир ќе ја подобрат ефикасноста на бизнисите. Со подобрување на интегритетот, автентичноста, точноста и комплетноста на податоците се креира основа за развој на B2B податочна инфраструктура која е базирана на глобалната синхронизација на податоците по GS1 стандарди. Постојат четири барања за развојот на вакво решение за споделување на дигитални информации:


1. Решението мора да биде глобално за да може сите корисници да го имаат истото искуство без разлика на локацијата и околностите.
2. Решението мора да биде скалабилно за да може да се прошири брзо за да одговори на рапидните промени во користењето.
3. Решението мора да биде во реално време, односно да може да се реагира брзо на барањата за информации и да се исполнат очекувањата на потрошувачите во најбрз временски период.
4. Решението мора да биде базирано на повеќе изворен пристап, т.е. да користи широк опсег на податочни извори кои се потребни за да се поддржат корисничките потреби за дигитални информации за производите.



Решението мора да биде базирано на интернационален систем на стандарди - GS1 стандарди. GS1 стандардите нудат докажана рамка за креирање, менаџирање и споделување на податоци за производите ефикасно и сигурно. Со GS1 стандардите се овозможува ефикасна размена на податоците меѓу различните трговски партнери и се овозможува интероперабилност во креирањето на глобални решенија.

Форумот за потрошувачки добра и GS1 ја имаат клучната улога во воспоставување на ефикасни решенија, во концензус со производителите, трговците и провајдерите на услуги, кои ќе ги задоволат барањата на потрошувачите. Заедничкиот фокус треба да биде на искористување на стандардизирани пристапи од сите засегнати субјекти (мали и големи) во решавањето на бизнис предизвиците.

Вистинското решение ќе им помогне на индустриите да ја реализираат визијата за дигиталните податоци: Сопствениците на брендот ќе може да споделуваат релевантни податоци за производите на лесен начин и да се изгради доверба кај потрошувачите. Развивачите на апликациите ќе се сигурни дека



нудат автентични податоци. Потрошувачите ќе се чувствуваат сигурни дека дигиталните податоци за производот се точни, без разлика каде и како го купиле.

Како да се приклучите?

B2C иницијативата за креирање на доверлив извор на информации нуди значителни можности за индустриите да влијаат на однесувањето на купувачите, да понудат пожелни информации за брендovите и да демонстрираат добра кооперативна одговорност. Но, со цел иницијативата да успее, секој мора да ја исполни својата одговорност.

Прифаќање на заедничката одговорност

Подобрувањето на дигиталните податоци за производите за купувачите бара сите релевантни учесници во процесот да ја разберат одговорноста и да соработуваат колаборативно и на конзистентен начин заедно на подобрувањето на дигиталните податоци.

Сопствениците на брендovите мора да оддржуваат и да споделуваат точни и комплетни податоци за производите до потрошувачите на стандардизиран начин.

Развивачите на апликациите кои споделуваат дигитални информации мора да ги користат овие податоци на конзистентен начин насекаде во светот.

GS1 треба да осигура дека адекватната, стандардизирана информационо инфраструктура е достапна за точно да се понудат релевантните податоци до купувачите. Ова решение треба да биде во концензус со сите релевантни засегнати субјекти и да се постигне единствено преку бизнис-насочен пристап.

Започнување на процесот веднаш!

Сите засегнати субјекти во индустриите треба да ги превземат првите чекори во остварување на B2C иницијативата за нудење на точни дигитални информации до купувачите. Со користење на достигнувањата од сите иницијативи предводени од GS1 националните организации низ светот, може да се премине кон развј на скалабилно глобално решение.

Превземете го следниот чекор

GS1 Македонија, следејќи ги иницијативите од GS1 Велика Британија, Шпанија, Австралија, Канада, Франција и уште 20 други национални организации изработи електронски каталог на производи од македонските компании, чија конечна визија е да стане единствен доверлив извор на информации за производите со македонски бар код и да се поврзе во иднина во веќе воспоставената GDSN мрежа за синхронизација и размена на податоците.

Во континуирано растечкиот дигитален свет потребата на купувачите за дигитални податоци со висок квалитет, кои ќе ги задоволат нивните потреби при купувањето расте расте. GS1 организацијата гарантира дека вашиот производ ќе може да се прочита на каса или дека бар кодот на купонот точно ги идентификува производите. Како непрофитна, неутрална организација која ја има потврдено вашата доверба, GS1 може да и помогне на вашата компанија да ги задоволи потребите за точни опширни податоци за вашите производи во дигиталниот свет.

Не чекајте повеќе. Вклучете се во GS1 Каталогот.



GS1 Каталог

Ваш извор
на квалитетни
податоци

www.gs1katalog.mk

