

Jak zoptymalizować oferty i zwiększyć skuteczność sprzedaży na eBay?



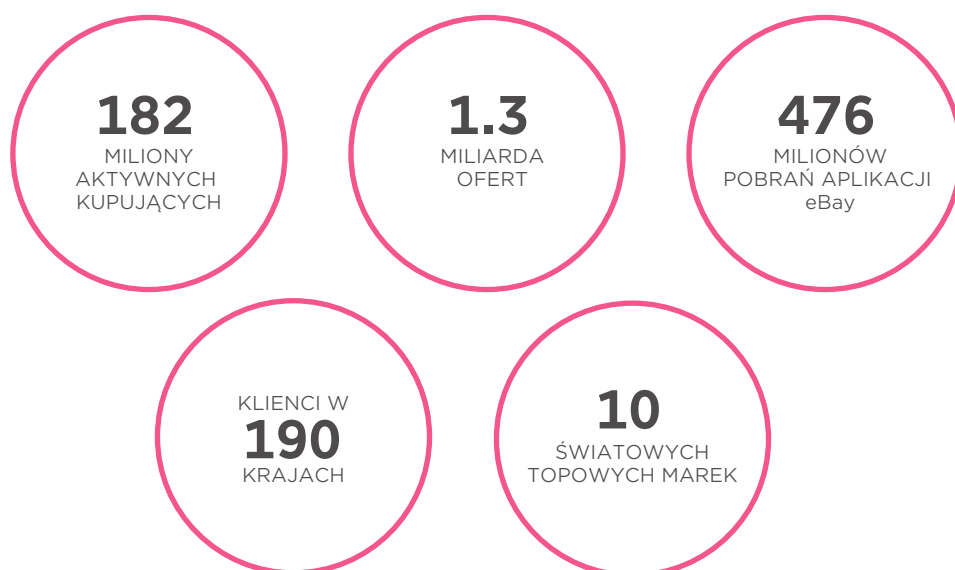
Serwis zakupowy eBay istnieje od 1995 roku i występuje na 23 rynkach krajowych. W Polsce działa od 2005 roku, ale jak dotąd nie osiągnął takiego sukcesu jak na innych rynkach. Założenie konta na www.ebay.pl daje możliwość sprzedaży na zagranicznych serwisach platformy. W ten sposób polski przedsiębiorca może dotrzeć ze swoją ofertą do klientów w innych krajach.

Potencjał eksportowy jest siłą eBay. Z tej możliwości korzysta 33% polskich przedsiębiorców zarejestrowanych na ebay.pl. Najważniejsze rynki zbytu dla Polski to Niemcy, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone i Francja. Najczęściej eksportowane przez Polaków produkty to części motoryzacyjne, meble i artykuły wyposażenia wnętrz, produkty typu hand-made. Polscy sprzedawcy mają możliwość dotarcia ze swoją ofertą do 183 milionów kupujących. Platforma pobiera comiesięczną opłatę subskrypcyjną za prowadzenie „sklepu eBay”. W ramach tej opłaty polscy sprzedawcy mogą wystawić dowolną ilość ofert typu „Kup teraz” bez ponoszenia dodatkowych kosztów (dotyczy wszystkich kategorii oprócz Motoryzacja/Pojazdy). Dodatkowo status Dużego Sklepu lub Megasklepu pozwala bezpłatnie wystawiać oferty za granicą. Prowizja od sprzedaży na ebay.pl waha się w zależności od kategorii.

Nie istnieje jeden, uniwersalny klucz do osiągnięcia sukcesu na eBay. Potrzebne jest właściwe rozeznanie rynku, analiza potrzeb klientów, weryfikacja konkurencji, założenia dotyczące polityki cenowej oraz nieco sprytu. Nie da się przewidzieć wszystkich zdarzeń, próbując swoich sił w nowym, nieznanym środowisku. Ryzyko jest nieodłącznym elementem rozwoju działalności, jednak warto podjąć wysiłek, by zaistnieć na eBay, gdyż wśród zagranicznych marketplace'ów rokuje on naprawdę wysoko.

Zachęcamy do zapoznania z naszym poradnikiem, który wskazuje najważniejsze cechy dobrze przygotowanej oferty na eBay.

eBay w liczbach:



<https://www.ebayinc.com/company/who-we-are/>

Istotą platform typu marketplace jest możliwość przedstawienia wielu ofert w jednym miejscu, dlatego silniki wyszukiwarek projektuje się tak, by osiągnąć dwa cele jednocześnie:

- zaspokoić potrzebę klientów poprzez wskazanie właściwych produktów, których poszukują,
- zadbać o wysokie pozycjonowanie swoich ofert w wyszukiwarkach internetowych, by z sukcesem zachęcić internautów do zakupów.

Działanie wyszukiwarki eBay jest dosyć złożone, dlatego warto poznać reguły nią rządzące, by móc świadomie tworzyć listingi wysokiej jakości. Stosowanie rekomendowanych praktyk poprawi jakość oferty, dzięki czemu będzie ona lepiej pozycjonowana (popularność), dotrze do szerszej grupy odbiorców (ekspansja) i w efekcie będzie kupiona (zysk).

Wyszukiwanie na eBay

Na przestrzeni ostatnich 10 lat kupujący zastąpili komputery stacjonarne urządzeniami mobilnymi jako podstawowymi narzędziami do korzystania z internetu. Obecnie ponad 50% zakupów na eBay dokonywanych jest w trybie mobile. Nawet jeśli zamówienie zostaje złożone za pomocą komputera, istnieje duże prawdopodobieństwo, że kupujący najpierw oglądał produkt na urządzeniu przenośnym.

Kupujący oczekują, że łatwo znajdą pożądany produkt w odpowiedniej cenie oraz z dogodnymi formami dostawy i szybko sfinalizują zakup.

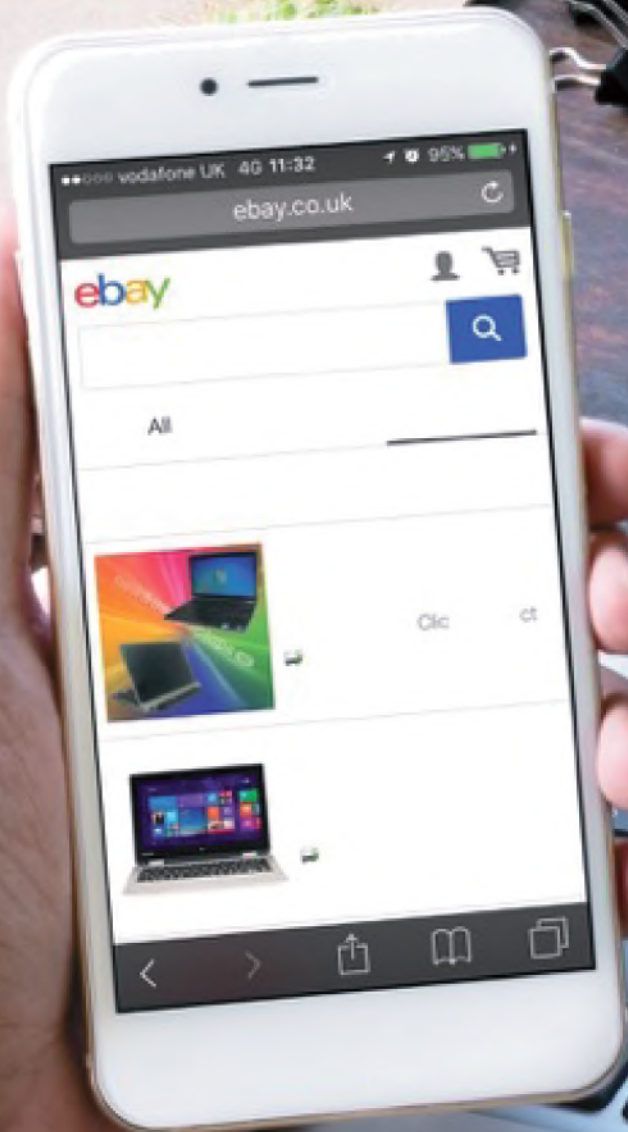
Najpopularniejsze wyszukiwarki, takie jak Google, nieustannie aktualizują algorytmy wyszukiwania i wprowadzają nowe rozwiązania, jak choćby googlowe reklamy PLA.

Korzystanie z tych narzędzi wymusza dostosowanie się do sposobu prezentacji danych o produktach. Spełnienie tych wymogów warunkuje dobrą widoczność produktów w sieci. Ma to przełożenie na wszystkie aspekty konstruowania oferty na eBay.

Do niedawna tytuł bogaty w słowa kluczowe, profesjonalnie wykonane zdjęcia produktu i wyczerpujący opis w zupełności wystarczały. Dzisiejsza technologia wymaga natomiast dostarczenia robotom wyszukiwarek ustrukturyzowanych danych.

W niniejszym poradniku pokażemy, jak zoptymalizować oferty na eBay i zwiększyć ich skuteczność w dobie współczesnego internetu.





Podstawowe elementy optymalizacji oferty

1. Tytuł

Pierwszą rzeczą badaną przez wyszukiwarkę jest **tytuł oferty**.

W tytule oferty powinny znaleźć się najważniejsze **słowa kluczowe**, a ich zapis musi być prawidłowy - bez użycia ciągu wersalików (wielkich liter). Należy unikać skrótów i żargonu. Frazy takie jak „nowy, z pudełkiem” są zbędne, ponieważ eBay posiada gotowe pola do opisu stanu przedmiotu.

Precyzyjne określenie, czym jest oferowany produkt, jest niezbędne nawet, jeśli użyte słowo będzie powtórzeniem nazwy kategorii. Warto wzbogacić tytuł o najważniejsze cechy produktu, nie zważając na to, że pełna specyfikacja znajduje się w opisie.

eBay dopuszcza użycie maksymalnie 80 znaków w tytule, dlatego trzeba zrobić z nich właściwy użytek. W widoku mobilnym tytuł może zostać skrócony - długość wyświetlanego tekstu jest ograniczona do 3 linijek tekstu i zależy od wielkości ekranu, na którym oferta jest oglądana.

Zazwyczaj pełny tytuł mieści się w widoku mobilnym pod warunkiem, że nie został napisany w całości wielkimi literami (objętościowo zajmują one więcej miejsca).



Najważniejsze słowa, takie jak marka i rodzaj produktu, należy zamieścić na początku tytułu. Spójrz na poniższy przykład.

Oferta produktu na eBay.com

[Tissot Le Locle] [Powermatic 80] [Men's Watch] [T006.407.11.033.00]

[marka] [funkcje] [rodzaj produktu] [szczegóły]



2. Kategoria

Właściwa kategoryzacja ma kluczowe znaczenie dla wyszukiwania na eBay i poza nim.

Jednym z pierwszych sposobów, w jaki kupujący na eBay zawęża wyniki wyszukiwania po wprowadzeniu słów kluczowych, jest wybranie **kategorii produktu**. Przykładowo, jeśli kupujący poszukuje wazonu, może wpisać w okno wyszukiwarki słowo "vase" (w języku angielskim oznaczające wazon), a następnym krokiem prawdopodobnie będzie zawężenie wyszukiwania poprzez wybór kategorii "Home and Garden" i podkategorii "Home Décor", a następnie "Vases". Jeśli produkt nie został do tej kategorii przypisany, nie znajdzie się w wynikach wyszukiwania.

Wybór właściwej kategorii pozwala prezentować odpowiednie **cechy przedmiotu** powiązane z faktycznym charakterem produktu. W odniesieniu do wspomnianego wazonu będzie to:

- materiał: ceramiczny/kryształowy;
- kolor: niebieski/czarny;
- kształt: cylindryczny/sześcienny itd.

Ponadto kategoryzacja poprawia widoczność produktów w zewnętrznych wyszukiwarkach. Kategoria zapewnia kontekst, który w połączeniu z dodatkowymi słowami kluczowymi sprawia, że produkt łatwiej znaleźć w wyszukiwarce Google.



eBay regularnie aktualizuje strukturę kategorii. Sprawdź, czy twoje produkty znajdują się we właściwej kategorii i podkategorii.

The screenshot shows the eBay search interface for the term "vase". At the top, the eBay logo is on the left, and a search bar contains "vase". To the right of the search bar, there are options for "Shop by category" and "Related: flower vase ceramic vase". Below the search bar, there are buttons for "All Listings" and "Accepts Offers", and a notification for "7 results" with a "Save this search" option. On the left side, there are several filter sections: "Categories" (All, Home & Garden, Home Décor, Vases), "Material" (Bamboo, Ceramic, Chrome, Glass, Metal, Wood), "Color" (Black, Green, Purple, Red, Silver, White, Yellow), "Theme" (Christmas, Holiday, Not Specified), and "Type" (Floor Vase, which is checked). On the right side, there are two product images: a purple vase and a red vase. At the bottom of the screenshot, there is a dark blue banner with the text "Kategorie na eBay.com".

3. Identyfikator produktu

eBay wprowadza obowiązek stosowania **identyfikatorów produktów** dla coraz większej liczby kategorii. Dzięki nim oferty są lepiej widoczne wśród wyników wyszukiwania, zarówno na eBay, jak i poza nim.

Identyfikatory na eBay pozwalają rzetelnie **rozdzielić produkty**. Z ich pomocą znalezienie właściwego przedmiotu staje się łatwiejsze, ponieważ tego typu oznaczenia są bardziej czytelne dla algorytmów wyszukiwania niż tekst opisu. Zastosowanie identyfikatorów w ofertach eBay wpływa korzystnie na ich pozycję na stronach wyszukiwarek, przez co zwiększa szansę na przyciągnięcie klientów do serwisu i dokonanie przez nich zakupu.

Więcej informacji o identyfikatorach, wymaganiach ich zastosowania względem różnych **kategorii produktowych** oraz aktualności znajdziesz tu:

<https://sellercentre.ebay.co.uk/business/product-identifiers-and-item-specifics>

Wyróżniamy trzy główne identyfikatory produktu, które należy uzupełnić w ofercie na eBay:

1. Marka

Należy wskazać główną markę, jakiej może szukać kupujący. Może to być nieco mylące, na przykład sprzedając laptopa marki Compaq, która należy do HP, która także jest marką. W takiej sytuacji wskazane jest posługiwanie się powszechnie znaną, zwyczajową marką produktu, a nie nazwą jej właściciela. Podobnie sprawa wygląda w przypadku produktów marki Gillette. Nie powinny być opisane jako Procter & Gamble, ponieważ kupujący będzie szukał produktów właśnie pod hasłem Gillette.

2. Globalny Numer Jednostki Handlowej (GTIN)

Numer GTIN to unikatowy w skali świata ciąg cyfr przypisany do większości towarów znajdujących się w sprzedaży.

Nadawany jest przez organizację GS1, zrzeszającą 114 organizacji krajowych, obsługujących 150 państw. Kod GTIN kojarzony jest często z innymi identyfikatorami pochodzącymi od GS1:

- EAN (European Article Number), będący graficznym odwzorowaniem kodu GTIN, czyli kodem kreskowym;
- UPC (Universal Product Code), stosowany w Ameryce Północnej,
- JAN (Japanese Article Numbering), używany w Japonii.

W Europie używa się numeru GTIN-13 (trzynastocyfrowego) oraz GTIN-8 (ośmiocyfrowego, numer nadawany produktom o bardzo małych rozmiarach, jak np. długopis).

Prawo do znakowania towaru mają: właściciel marki i/lub producent. Zatem sprzedając produkt cudzej marki oraz cudzej produkcji możemy domniemywać, iż został on już oznakowany. Wystarczy wtedy odnaleźć numer GTIN na opakowaniu. Jeśli jednak produkt nie posiada oznaczenia GTIN, należy skontaktować się z właścicielem marki lub producentem i poprosić o jego okodowanie.

GS1 to organizacja członkowska typu non for profit, która od ponad 40 lat ustanawia światowe standardy identyfikacji produktów. GS1 jest jedynym podmiotem odpowiedzialnym za wydawanie kodów EAN (numerów GTIN). Kody od GS1 znajdują powszechne zastosowanie w handlu detalicznym, procesach logistycznych oraz w internecie, czyli wszędzie, gdzie dostarczane są produkty. Korzysta z nich także eBay, honorując jako obowiązkowy atrybut ofert w wielu kategoriach.

3. Numer Katalogowy Producenta (MPN)

Kod MPN (Manufacturer Part Number) służy do rozróżnienia przedmiotów pochodzących od producenta. Numer MPN w połączeniu z nazwą marki identyfikuje dany produkt. Producenci stosują te numery do zarządzania swoim asortymentem i liniami produktowymi. Jeśli produkty są wytwarzane we własnym zakresie, wskazane jest przypisanie każdemu z nich kodu MPN oraz uzyskanie numeru GTIN.

2. Opis produktu

Opis produktu powinien zawierać szczegółowe informacje, dzięki którym konsumenci zweryfikują, czy dany produkt spełnia ich wymagania.



Uwzględnij: Wszelkie informacje opisujące produkt – nazwę marki, model, tkaninę, materiał, kolor oraz dodatkowe szczegóły istotne z punktu widzenia klienta.

Pomiń: Informacje o swojej działalności, warunkach sprzedaży, sposobie dostawy, zwrotach oraz ocenach na eBay.

Dobrze skonstruowany opis, zawierający treści wysokiej jakości, wzmocni pozycję oferty w wyszukiwarce na eBay, jak również poza nim. Tekst powinien być odpowiednio zoptymalizowany (mieć odpowiedni układ w języku HTML), aby ułatwić wyświetlenie opisu w trybie mobilnym.



Greenworks Elite 21" Brushless Push Mower (1) 40V 6AH Battery and Charger

Greenworks M-210

31 viewed per day ★★★★★ 2 product ratings

Condition: New

Quantity: 1

Limited quantity available / 41 sold

Price: US \$319.00

\$29 for 12 months*

Buy It Now

Add to cart

Add to Watchlist

Description Shipping and payments Report item

Seller assumes all responsibility for this listing. Last updated on Sep 09, 2019 07:58:03 PDT View all revisions

eBay item number: 112678539823

Item specifics			
Condition:	New: A brand-new, unused, unopened, undamaged item in its original packaging (where packaging is ... Read more	MPN:	M-210
Brand:	GreenWorks	Cutting Width:	29in. 9 Under
Power Source:	Battery	UPO:	841821038342

Categories

- Cell phones >
- Tablets >
- Daily Deals >
- Other >

Greenworks 21" Brushless Push Mower (1) 40V 6AH Battery and Charger Included

* 4 year Warranty and 2 years on the battery

NO PULL CORDS, NO MAINTENANCE, NO GAS, NO HASSLE!

It's time to take the "work" out of yardwork with Greenworks Elite. Make the switch to battery and start saving money and time with our easy-to-operate 40V line of tools.

Why Cordless?

- + INSTANT START - Hassle-free push-button start
- + PERFORMANCE High-capacity 3Ah & 6Ah lithium cells & powerful electric motors provide gas-like performance & runtime
- + ECO-FRIENDLY No fumes, no emissions
- + SMART BATTERY Integrated Bluetooth & USB connectivity provide versatile features designed to improve user experience
- + NO MOTOR MAINTENANCE No need to replace fuel filters, spark plugs, carburetors, etc.
- + SAVE MORE Most tools pay back up to 50% of their original cost in fuel & maintenance savings
- + LESS WEIGHT Lightweight designs reduce user fatigue during operation
- + LESS NOISE Keep your neighbors happy with our quiet electric motors

Opis produktu w ofercie na eBay.com

5. Opis w wersji mobilnej 6. Format

Z myślą o użytkownikach korzystających z **urządzeń mobilnych** eBay wprowadził skrócony opis produktu.

eBay zaobserwował, że wielu użytkowników urządzeń przenośnych nie wyświetla **opisu produktu** (w trybie mobilnym dostępnym do obejrzenia po kliknięciu). Inwencją eBay jest możliwość samodzielnego zredagowania skróconego opisu produktu (maks. 800 znaków), **widocznego na mobile**. Powinien to być zwięzły, krótki tekst, opisujący najważniejsze cechy produktu.

Jeśli sprzedawca nie skorzysta z tej opcji, eBay automatycznie streści pełny opis wybierając słowa kluczowe.

Tam, gdzie jest to możliwe, warto skorzystać z oferty wielowariantowej. Tym sposobem klient może z łatwością wybrać inny kolor lub rozmiar, jeśli domyślny wariant produktu mu nie odpowiada.

Zastosowanie ofert wielowariantowych zwiększa szansę na sprzedaż. Klient, który wyświetli ofertę, prawdopodobnie obejrzy także inne warianty, przez co szanse na złożenie zamówienia u tego sprzedawcy rosną.

Obecnie ponad 80% ofert na eBay ma odgórnie ustaloną cenę z opcją „Kup teraz”. Klienci preferują szybką realizację zakupów aniżeli oczekiwanie na zakończenie aukcji. Licytowane aukcje sprawdzają się jedynie w przypadku rzadkich lub wręcz unikatowych oraz cennych przedmiotach, gdzie wartość pieniężną trudno jest oszacować.



Aby wprowadzić opis skrócony skorzystaj z formatu tagu HTML:

```
<div vocab='http://schema.org/'
typeof='Product'> <span property=
'description'>[SKRÓCONY OPIS PRODUKTU]
your]</span> </div>
```



Oferta wielowariantowa na eBay.com

7. Zdjęcia

Zalecaną praktyką jest przygotowanie profesjonalnej galerii zdjęć.

Obraz mocno przemawia do wyobraźni ludzi i jest ważnym czynnikiem decydującym o zakupie. Warto to zatem wykorzystać i zbudować bogatą, liczną galerię - każda oferta może mieć aż 12 zdjęć (wyjątek: kategoria Automotive - 24 szt.). Często spotykanym błędem, popełnianym przez sprzedawców, jest dodawanie wielu zdjęć produktu do opisu, a tylko jednego do galerii. Należy się tego wystrzegać z dwóch przyczyn.

Po pierwsze, galeria służy do przeglądania zdjęć przedmiotu w wygodny sposób, w jednym miejscu. Klienci chętniej korzystają z galerii niż przewijają opis produktu - nie wiedząc nawet, czy znajdą tam fotografie. Po drugie, opis z zagnieżdżonymi zdjęciami utrudnia, a czasem uniemożliwia przeglądanie opisu na urządzeniach mobilnych z niewielkim ekranem.

eBay wykorzystuje obrazy z galerii w wynikach wyszukiwania, dlatego zdjęcia powinny być wyraźne, najlepiej na białym tle, pozbawione tekstu, obramowania i znaków wodnych. Kwadratowe obrazy sprawdzają się na eBay lepiej niż zdjęcia panoramiczne i portretowe.

Zdjęcie w galerii eBay musi mieć minimum 500 pikseli na dłuższym boku, jednak zalecane jest 1600 pikseli (wymiar optymalny dla widoku mobilnego).

Waga pliku nie może przekraczać 12 MB.

8. Dostawa i zwrot

Dobrym ruchem jest zaoferowanie wielu sposobów dostawy.

Niektórym kupującym zależy na szybkim otrzymaniu zakupu dlatego są oni skłonni zapłacić więcej za usługę dostawy. Inni natomiast planują zakupy z wyprzedzeniem, wolą zaoszczędzić na kurierze i poczekać na zamówiony towar nieco dłużej. Wprowadzenie alternatywnych sposobów dostawy nie wymaga nakładów finansowych, a może przyczynić się do potencjalnego zyskania przewagi nad konkurencją, zwiększenia ruchu na koncie sprzedażowym, a w efekcie zysku.

Przejrzysta polityka zwrotów sprawi, że kupujący będą czuć się bezpiecznie, dokonując zakupów. Klienci ufają sklepom, których warunki zwrotów i reklamacji są jasno opisane, dzięki czemu mają pewność, że w przypadku źle podjętej decyzji zakupowej, bez problemu będą mogli zwrócić towar i odzyskać pieniądze.

Można także rozważyć dołączenie do Programu Wysyłki Międzynarodowej eBay, aby zachęcić zagranicznych kupujących.



Zaawansowana optymalizacja pod kątem wyszukiwania

1. Cena

Cena jest oczywiście kluczowa dla podjęcia decyzji o zakupie. Choć powinna być rozsądnie skalkulowana, wcale nie musi być najniższa, aby pokonać ofertę konkurencji. Domyślne sortowanie ofert na eBay opiera się głównie na trafności nazwy („Najlepsze dopasowanie”), co oznacza, że droższa, ale właściwie zoptymalizowana, oferta będzie wyświetlona na liście wyszukiwarki eBay wyżej niż oferta gorszej jakości z konkurencyjną ceną.

2. Stan przedmiotu

Stan przedmiotu jest polem obowiązkowym dla większości kategorii w eBay. Produkt może być nowy albo używany, a w wielu kategoriach dostępne są dodatkowe opcje, takie jak „nowy z metką” lub „nowy bez metki”.

Stan przedmiotu jest również istotny dla wyszukiwarek poza eBayem, które dzięki tej informacji wiedzą, kiedy uwzględnić dany produkt w wynikach wyszukiwania. Przykładowo, jeśli kupujący wpisze do wyszukiwarki hasło „iPhone”, mogą interesować go tylko nowe telefony. Ale wprowadzenie hasła „tani iPhone” lub „używany iPhone” może wskazywać, że zadowolili go telefon z drugiej ręki albo naprawiony.

3. Cechy produktu

Są to elementy, które mogą być zważyć na tym, czy dana oferta pojawi się w wynikach wyszukiwania produktu na eBay. W ofercie nie powinno zabraknąć najważniejszych cech, takich jak marka, rodzaju produktu, rozmiar oraz kolor (rodzaj atrybutów zależy od wybranej kategorii, np. inne będą dla mebli, a inne narzędzi stolarskich).

Istotnym jest, aby podane informacje były precyzyjne i jeśli jest to możliwe, warto stosować wartości sugerowane przez automat platformy. Można im zaufać, ponieważ eBay bazuje na badaniach potrzeb i zachowań kupujących i do nich dostosowuje działanie swojego serwisu.



Opisując produkt, nie warto być jednak zbyt drobiazgowym, eBay posiada zestaw atrybutów, które są widoczne dla użytkowników.

Przykładowo, w przypadku kolorów ubrań wyświetlany jest tylko „czerwony”, a nie „karmazynowy”, „wiśniowy”, „szkarłatny” ani „burgundowy”.

Lepiej wybrać bardziej ogólne określenie „czerwony”, a następnie w polu „Dokładny kolor” precyzyjnie określić odcień czerwieni albo podać fabryczny kod lub nazwę koloru.

W tym przypadku najprawdopodobniej wiele spośród 3,9 mln. ofert z nieokreślonym kolorem głównym jest wynikiem wprowadzenia wartości, której nie ma na liście wyświetlania eBay.

Main Colour		
Brand	<input type="checkbox"/> Beige (72,669)	<input type="checkbox"/> Orange (174,194)
Size	<input type="checkbox"/> Black (2,099,103)	<input type="checkbox"/> Pink (282,198)
Material	<input type="checkbox"/> Blue (1,339,774)	<input type="checkbox"/> Purple (282,197)
Sleeve Type	<input type="checkbox"/> Brown (137,884)	<input type="checkbox"/> Red (655,648)
Neckline	<input type="checkbox"/> Gold (25,905)	<input type="checkbox"/> Silver (8,268)
Fit	<input type="checkbox"/> Green (675,100)	<input type="checkbox"/> White (1,284,177)
	<input type="checkbox"/> Grey (747,790)	<input type="checkbox"/> Yellow (284,524)
	<input type="checkbox"/> Ivory (9,219)	<input type="checkbox"/> Not specified (3,968,057)
	<input type="checkbox"/> Multi (465,170)	

Podsumowanie

Niniejszy poradnik wskazuje cechy dobrze zoptymalizowanej oferty na eBay. Wdrożenie kilku zasad może wpłynąć dodatnio na atrakcyjność oferty i zwiększyć konwersję. Poprawnie przygotowana oferta jest lepiej pozycjonowana zarówno w eBay jak i poza nim, dzięki czemu dociera do szerokiego grona internautów.

Lista kontrolna

- Utwórz **tytuł produktu** umieszczając najważniejsze kluczowe słowa na początku
- Zamieść ofertę we **właściwej kategorii** i podkategorii
- Dodaj **identyfikatory produktu** – markę oraz kod MPN i GTIN (jeśli podał je producent)
- Upewnij się, czy **opis produktu** jest treściwy. Warunki sprzedaży zamieść w odpowiednich polach, a nie w opisie
- Dodaj **skrócony opis produktu**, dostosowany do urządzeń mobilnych
- Stosuj **oferty wielowariantowe** dla podobnych produktów
- Zadbaj o **bogatą galerię** – zdjęcia wykonaj najlepiej na białym tle, powinny być kwadratowe, o dłuższym boku minimum 500 pikseli
- Zaproponuj różne **sposoby dostawy** i łatwą **procedurę zwrotów**
- Sprawdź, czy Twoja **cena produktu** jest rozsądna (nie musi być najniższa!)
- Określ **stan oferowanego przedmiotu**
- Uzupełnij **cechy produktu** za pomocą atrybutów sugerowanych przez eBay

O Nas

GS1 to neutralna organizacja non for profit, która opracowuje i utrzymuje najbardziej rozpowszechnione globalne standardy w zakresie efektywnej komunikacji biznesowej. Jesteśmy najbardziej znani z kodu kreskowego, nazwanego przez BBC jedną z „50 rzeczy, które przyczyniły się do powstania światowej gospodarki”. Standardy GS1 poprawiają wydajność, bezpieczeństwo i widoczność łańcuchów dostaw w kanałach fizycznych i cyfrowych w 25 sektorach. Nasz zasięg - lokalne Organizacje Członkowskie w 114 krajach, 1,5 miliona firm użytkowników i 6 miliardów transakcji każdego dnia - gwarantuje, że standardy GS1 tworzą wspólny język wspierający systemy i procesy na całym świecie. Dowiedz się więcej na www.gs1pl.org

Kontakt z nami:

GS1 Polska

ul. E. Estkowskiego 6

61-755 Poznań

biuro@gs1pl.org

+48 61 851 77 54

www.gs1pl.org

