

Verified by GS1 case study

Migros Turcja: Detalista jako ścieżka między marką a konsumentem

Renomowany pionier stosowania nowych technologii oraz nowatorskich usług. Migros Supermarkets już działają w oparciu o rozwiązanie Verified by GS1.



Wyzwanie

Jak wielu innych detalistów, turecka sieć supermarketów Migros chce mieć dostęp do możliwie najlepszej jakości danych produktowych tak, aby móc płynnie zarządzać procesami, a jednocześnie tworzyć bogate doświadczenia zakupowe, które z kolei dają klientom większą pewność, satysfakcję oraz zwiększają ich przywiązanie.

Rozwiązanie

Prosząc właścicieli marek o katalogowanie swoich produktów w oparciu o rozwiązanie Verified by GS1, Migros znalazł unikalne źródło rzetelnych danych produktowych, za pomocą którego sieć może z całą pewnością zweryfikować dane produktów, które sprzedaje.

Korzyści

Firma już teraz może zaobserwować, że sprzedawcy z większą pewnością wprowadzają produkty i ograniczając liczbę czynności, jakie muszą wykonać, aby utrzymać precyzyjne dane produktowe w swoich systemach.

Migros to wiodąca sieć supermarketów w Turcji z ponad 2 300 detalicznymi punktami sprzedażowymi oraz czterema internetowymi platformami sprzedażowymi. Sklep sieci Migros znajduje się w każdym mieście w Turcji.

Firma Migros od zawsze była pionierem stosowania nowych rozwiązań oraz liderem rynku detalicznego w innowacyjności. Na początku lat 90. sieć Migros była pierwszym detalistą na tureckim rynku, który zdecydował się umieścić kody kreskowe GS1 na produktach, co tym samym napędziło zmiany na tureckim rynku detalicznym w kierunku wykorzystania standardów GS1 w łańcuchu dostaw. Firma jest też aktywnym członkiem Forum Towarów Konsumenckich Özgür Tort, a Dyrektor Naczelny firmy Migros obecnie współprzewodniczącym Forum CGF oraz członkiem Rady Zarządu GS1.



Konsumenci mają prawo oczekiwać precyzyjnych danych produktowych

Firma Migros postrzega sprzedawców detalicznych jako ogniwo łączące właścicieli marek z konsumentami, których obowiązkiem jest zapewnienie kupującym dostępu do danych produktowych, możliwie jak najbardziej precyzyjnych i aktualnych. W ramach swojego zobowiązania, na przestrzeni wielu lat, firmie udało się znaleźć szereg różnych rozwiązań, które pozwoliły polepszyć wydajność procesów oraz jakość współpracy z partnerami handlowymi. Na przykład, podobnie jak wielu detalistów, Migros miała do czynienia z przypadkami, kiedy to właściciel nadawał ponownie stary numer GTIN nowemu produktowi.

Działanie takie może wydawać się niewinnym i niegroźnym zabiegiem, dopóki nowy produkt, po zeskanowaniu, nie zostanie rozpoznany przez system sprzedawcy jako produkt ze swoją poprzednią tożsamością, która nadal istnieje w bazie detalisty. W najlepszym przypadku wywoła to odrobinę zamieszania - choć takie zamieszanie z tożsamością produktu może sparaliżować proces od zamówienia do zapłaty (O2C - order-to-cash), spowolnić proces uzupełnienia zapasu oraz wiązać się z utratą czasu zarówno po stronie detalisty, jak i właściciela marki.

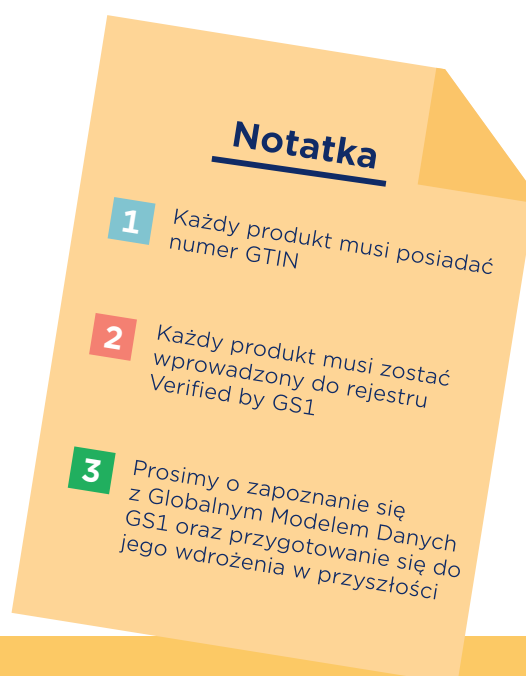
„Mieliśmy w przeszłości problemy związane z rozbieżnościami numerów GTIN” - wspomina Ethem Kamanlı, Dyrektor ds. Rozwiązań dla Łańcucha Dostaw w firmie. „Zawsze potrzeba trochę czasu, aby ustalić, co się stało, a następnie podjąć

potrzebne kroki, aby zaradzić danej sytuacji. Teraz, aby wyjaśnić, dlaczego rozwiązanie Verified by GS1 jest dla nas tak ważne, posługuję się anegdotą o Przypadku Tajemniczego Produktu”.

Współpraca oparta na standardach

Migros jest w pełni oddany idei wysokiej jakości danych produktowych. Z tego też powodu w roku 2019 firma wysłała notatkę do wszystkich właścicieli marek, których produkty dostępne są w sklepach Migros.

„Mieliśmy trzy prośby” - wspomina Kamanlı. „Po pierwsze, każdy produkt musi posiadać numer GTIN, licencjonowany przez Organizację GS1 i stworzony zgodnie z zasadami zarządzania numerami GTIN ustalonymi przez GS1. Po drugie, każdy produkt musi zostać wprowadzony do rejestru Verified by GS1 — dotyczy to zarówno nowych, jak i starych produktów. Po trzecie, prosimy wszystkich dostawców o zapoznanie się z Globalnym Modelem Danych GS1 oraz przygotowanie się do jego wdrożenia w przyszłości”.



„Będąc detalistami, stanowimy ogniwo łączące właścicieli marek z konsumentami. Jest niezmiernie ważne, aby zapewnić konsumentowi dostęp do możliwie jak najbardziej precyzyjnych danych produktowych”.

„Aby móc tego dokonać, potrzebny jest wspólny wysiłek ze strony właścicieli marek oraz detalistów”.

- Ethem Kamanli, Dyrektor ds. Rozwiązań dla Łańcucha Dostaw, Migros Ticaret A.Ş.

Szybka i sprawna weryfikacja w procesie wprowadzania produktów

Firma Migros już zauważyła wartość, jaką wnosi rozwiązanie Verified by GS1 do procesu dodawania nowych towarów do list produktowych. Podczas dodawania nowych towarów zespół Migros może obecnie porównać informacje produktowe dostępne na karcie produktu z danymi istniejącymi w rejestrze Verified by GS1.

„Dodając do listy produkt, który wcześniej został zweryfikowany w rejestrze Verified by GS1, można być pewnym, że numer GTIN został przypisany zgodnie z zasadami zarządzania numerami GTIN” – zauważa Kamanli. „W rezultacie, od tego momentu można zredukować liczbę zapytań o weryfikację produktu i mieć dużo większą pewność co do automatycznego procesu wymiany danych związanego ze sprzedawaniem produktów”.

Wdrażanie rozwiązania Verified by GS1 w firmie Migros nadal trwa, ale firma już teraz zdecydowanie przesuwa się do przodu i widzi tego namacalne efekty. Kadra kierownicza firmy Migros zaczęła niedawno otrzymywać zautomatyzowane raporty z informatycznych systemów analizy procesów biznesowych, na przykład z informacjami na temat odsetka produktów z kompletnymi i precyzyjnymi danymi. Firma Migros jest całkowicie oddana idei rzetelnych danych produktowych.

Wiedza właściciela marek zdobyta z doświadczenia

Firma Migros doszła do wniosku, że słusznym posunięciem będzie stosowanie tych samych zasad wobec samych siebie, tak więc do rejestru Verified by GS1 wprowadzili wszystkie swoje marki własne szybko zbywalnych towarów konsumenckich, co dało firmie lepszy wgląd w to, z czym zmagają się sami właściciele marek.

Jak twierdzi Kamanli – „Zebranie potrzebnych danych na temat własnych marek zajęło nam niespełna tydzień, gdyż wymagane pola są bardzo przejrzyste, a dane łatwo dostępne. Najbardziej czasochłonnym aspektem było wprowadzenie zdjęć produktów we właściwym formacie do serwera. GS1 Turcja służyła dużym wsparciem na tym etapie”.

Patrząc w przyszłość

Firma Migros spodziewa się prawdziwego przełomu w niedalekiej przyszłości, kiedy to w systemie pojawi się dużo więcej danych. Z tego powodu Kamanli jest zagorzałym orędownikiem rozwiązania Verified by GS1 i za każdym razem, gdy rozmawia z właścicielami marek, przedstawia im następujący argument: im więcej produktów trafi do rejestru, tym bardziej przydatny staje się on dla wszystkich użytkowników. W dłuższej perspektywie Kamanli uważa, że powinniśmy się spodziewać maszyn komunikujących się między sobą, przekazujących partnerom handlowym doskonale precyzyjne i aktualne dane, co przełoży się bezpośrednio na korzyści dla konsumenta w każdym miejscu na świecie. „Gdy tylko dane produktowe wyjdą poza to, co umieszczamy na etykietach, gdy tylko przeniosą się z półek supermarketowych na półki cyfrowe, właściciele marek będą w stanie w pełni się wyrazić. Będą w stanie opowiedzieć konsumentom o swoich produktach, wyjaśnić, im co je wyróżnia. Będąc detalistą, przecieramy szlak, dzięki któremu ścieżkę, dzięki której będą mogli podzielić się swoim przekazem z konsumentami. Dlatego też jesteśmy tak zaangażowani w program Verified by GS1. Stanowi on dla nas wspaniały sposób umożliwiający właścicielom marek komunikowanie się z konsumentami”.

Kilka słów o programie Verified by GS1

Verified by GS1 stanowi rejestr danych produktowych, który pozwala organizacjom odpowiedzieć na następujące pytanie: „Czy ten produkt jest tym, o którym myślę?”. Właściciele marek wykorzystują Verified by GS1 do przypisania siedmiu podstawowych atrybutów każdemu ze swoich produktów: numer GTIN produktu, nazwa marki, opis, adres URL zdjęcia produktu, kod Globalnej Klasyfikacji Produktu (GPC), waga netto wraz z jednostką miary oraz docelowy kraj sprzedaży. Z pomocą programu Verified by GS1 właściciele marek, sprzedawcy oraz platformy sprzedażowe mogą tworzyć wspólne, bogate doświadczenia zakupowe, które zapewnią pozyskanie rzetelnych danych produktowych od samej marki, co z kolei da klientom większą pewność, satysfakcję oraz zwiększy ich przywiązanie, a w końcowym rozrachunku zwiększy wydajność i przyspieszy rozwój biznesu.

<https://www.gs1pl.org/uslugi-i-narzedzia/verified-by-gs1>

Korzyści programu Verified by GS1

Dla Marek



Uproszczony proces listingu, szybsze trafiające produktu do sprzedaży.

Dla Sprzedawców



Krótszy czas oraz mniejsze koszty przy gromadzeniu i weryfikowaniu danych.

Dla Konsumentów



Bardziej rzetelne dane produktowe.



Przejrzysta jakość danych oraz wiedza.



Optymalizacja procesów biznesowych.



Większa satysfakcja i mniej zwrotów.

Kilka słów o firmie Migros

Migros Ticaret, założona w 1954, jest wiodącą siecią supermarketów w Turcji. Firma Migros za pośrednictwem sklepów Migros (MigrosJet, Migros, MM, MMM, 5M, Migros Wholesale), sklepów Macrocenter oraz internetowych kanałów sprzedażowych (Migros Sanal Market, Migros Hemen, Macroonline oraz Tazedirekt) dostarcza szeroką gamę produktów, aby sprostać różnym potrzebom swoich klientów w 81 prowincjach Turcji. Łącząc swoje 66-letnie doświadczenie na rynku detalicznym z procesami biznesowymi w oparciu o transformację cyfrową, firma Migros zapewnia unikalne doświadczenia zakupowe za sprawą innowacji, doskonałego podejścia do sposobu świadczenia usług oraz pionierskich wdrożeń. Migros to największy detalista w sektorze świeżych produktów spożywczych w Turcji z wyjątkowo dobrym rozeznaniami w kategoriach: owoce, warzywa, czerwone mięso, drób. Migros zaspokaja też podstawowe potrzeby konsumentów, oferując najlepszą cenę i najlepszą jakość. Migros jest pierwszym i na razie co jedynym detalistą znajdującym się nieprzerwanie od siedmiu lat w Indeksie Zrównoważonego Rozwoju Borsa Istanbul Sustainability Index. Ponadto Migros przez ostatnie lata trafił do grona Liderów Klimatu w Turcji „CDP Turkey Climate Leaders”, jak również znalazł się w rankingu liderów Programu Ochrony Wody „CDP Water Programme” w roku 2020. Firma Migros otrzymuje też przez 17 lat z rzędu nagrodę „Najbardziej Podziwianej Firmy Sektora Detalicznego” związaną z badaniem „Najbardziej Podziwianej Firmy Turcji”.

www.migroskurumsal.com

Kilka słów o Organizacji GS1

GS1 jest neutralną organizacją non-profit, która zajmuje się opracowywaniem i utrzymywaniem globalnych standardów zapewniających efektywną komunikację biznesową. Najbardziej znani jesteśmy za sprawą kodu kreskowego, który został uznany przez BBC za jedno z „50 rozwiązań, które definiuje światową gospodarkę”. Standardy GS1 podnoszą efektywność, bezpieczeństwo i widoczność w łańcuchach dostaw w kanałach fizycznych i cyfrowych w 25 różnych sektorach gospodarki. Nasza skala oraz zasięg — lokalne Organizacje Członkowskie w 115 krajach, 2 miliony zarejestrowanych firm członkowskich oraz 6 miliardów transakcji dziennie — dają pewność, że standardy GS1 tworzą wspólny język, który wspiera systemy i procesy na całym świecie.

www.gs1pl.org

Kilka słów o Globalnym Modelu Danych

Globalny Model Danych GS1 stanowi odpowiedź na wyzwania związane z zarządzaniem różnymi formatami danych dla różnych konsumentów, sprzedawców, rynków i kanałów poprzez uproszczenie i zharmonizowanie danych produktowych, które przesyłane są zarówno lokalnie, jak i globalnie. Dokonuje tego poprzez identyfikację i definiowanie – w globalnie spójny sposób – zestawu podstawowych atrybutów potrzebnych do wprowadzenia, zamawiania, przesyłania, przechowywania oraz sprzedawania produktów, zarówno cyfrowo, jak i fizycznie. Rezultaty? Właściciele marek oraz detaliści obserwują zwiększenie wydajności operacyjnej, konsumenci zyskują większą przejrzystość oraz lepsze doświadczenie zakupowe przebiegające bez żadnych zakłóceń.

<https://www.gs1pl.org/standardy-i-rozwiazania/globalny-model-danych-gs1>

GS1 – międzynarodowa organizacja not-for-profit, działająca w 150 krajach, od początku istnienia wspiera handel. W tym celu wdrożyła standardowy kod kreskowy znany i używany dziś na całym świecie, uznany przez BBC za jedną z 50 rzeczy, które w największym stopniu przyczyniły się do powstania nowoczesnej gospodarki. Standardy GS1 pomagają firmom identyfikować, gromadzić i współdzielić informacje o produktach. Współcześni konsumenci żądają szybkiej, dokładnej i kompletnej informacji na temat towarów, którą mogą uzyskać dzięki dostępowi do systemów identyfikowalności (z ang. traceability). Dzięki systemowi GS1 partnerzy handlowi mogą łatwo współpracować i udostępniać informacje dotyczące produktów w całym łańcuchu dostaw.

GS1 Polska

ul. E. Estkowskiego 6

61-755 Poznań

biuro@gs1pl.org

+48 61 62 81 590

www.gs1pl.org

