

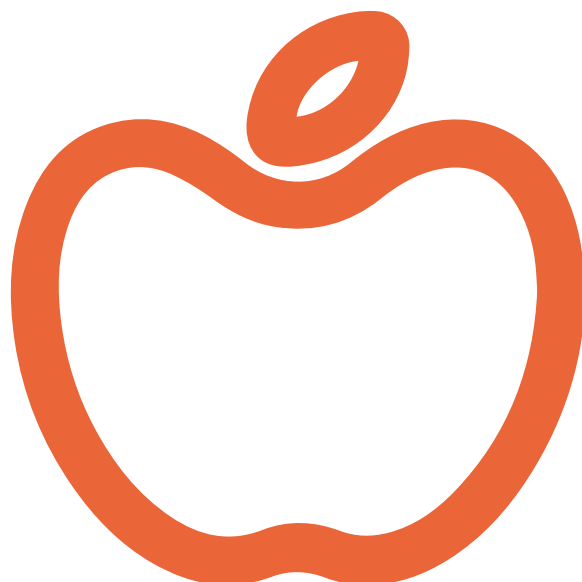
Kody GS1 DataBar

do efektywnego zarządzania produktami świeżymi



Spis treści

1. Cele i założenia projektu
2. Wdrożenie kodów
3. Rezultaty projektu
4. Poradnik



Sklepy Żabka

Zwiększona kontrola nad towarami o krótkim terminie ważności i usprawnienie w zakresie zarządzania asortymentem dzięki GS1 DataBar

Żabka Polska to sieć niewielkich sklepów spożywczych, która przez ponad 20 lat obecności na polskim rynku ugruntowała pozycję lidera segmentu modern convenience. Ideą funkcjonowania sieci jest bliskość i wygoda klientów, którzy w prawie 6 tys. placówkach, działających na zasadzie franczyzy, mogą zrobić szybkie zakupy, skorzystać z bogatego pakietu usług czy zjeść ciepłą przekąskę w kąciku gastronomicznym.

Sieć sklepów Żabka obsługiwana jest przez pięć centrów logistycznych, które zlokalizowane są w Plewiskach k. Poznania, Tychach, Nadarzynie, Pruszczu Gdańskim oraz w Szaszy k. Gliwic. Założeniem działalności wszystkich obiektów jest organizacja logistyki związanej z przyjmowaniem, magazynowaniem, kompletacją i wydawaniem towarów.

W 2018 roku firma **Żabka Polska** rozpoczęła wdrażanie innowacyjnych kodów kreskowych GS1 DataBar, we współpracy z Instytutem Logistyki i Magazynowania (ILiM) oraz GS1 Polska. Kody te zaczęto sukcesywnie wprowadzać w kategorii produktów świeżych oraz dań gotowych. W odróżnieniu od kodów EAN-13, które pozwalają na identyfikację produktów wyłącznie co do ich rodzaju, poprzez unikatowy w skali świata Globalny Numer Jednostki Handlowej – GTIN, kody GS1 DataBar mają możliwość wpisania dodatkowo daty przydatności do spożycia i oznaczenia partii produkcyjnej towaru. Konsekwencje takiego podejścia wywarły duży wpływ na sposób przyjmowania towarów i zarządzanie asortymentem.

Cele i założenia projektu

Celem sieci Żabka było efektywnie zarządzanie świeżą żywnością w sposób bezpieczny dla konsumentów oraz w sposób zwiększający ich satysfakcję z dokonywanych zakupów. W szczególności zależało im na:

- poprawie zarządzania produktami o krótkim okresie przechowywania, blokowaniu towarów przeterminowanych w sklepie (franczyzobiorca nie ma możliwości sprzedania towaru przeterminowanego),
- ulepszeniu procesów związanych z kontrolą zapasów w czasie rzeczywistym, co w konsekwencji znacznie zwiększy dostępność towarów i ich sprzedaż,
- zmniejszeniu ilości marnowanej żywności poprzez umożliwienie automatycznej obniżki ceny produktu, którego termin przydatności do spożycia zbliża się ku końcowi.



Wdrożenie GS1 DataBar miało także umożliwić śledzenie pochodzenia produktów oraz wycofanie ich z rynku w przypadku wykrycia złej jakości danego wyrobu.

Wdrożenie kodów



Nowe kody GS1 DataBar zostały wdrożone dla trudnej kategorii:

Produktów mocno świeżych, gdzie najdłuższe terminy ważności to 21 dni oraz ultraświeżych – 5-6 dni. Z racji krótkich terminów ważności, zarządzanie tymi produktami jest niezwykle trudne. Przykłady takich produktów to: dania gotowe (m. in. pierogi, krokiety), kanapki, bagietki, świeże desery.

W ocenie sieci Żabka, współpraca z dostawcami układała się bardzo dobrze i wdrożenie po ich stronie przebiegåło sprawnie. Tak jak zakładano, dostawcy wprowadzili kody GS1 DataBar u siebie w zakładach produkcyjnych, większość nie napotkała barier technicznych.

Początkowo pewne wyzwania stanowiły dodatkowe koszty po stronie dostawców, związane z zakupem i zamontowaniem odpowiedniej klasy drukarek. Ci dostawcy, których produkcja charakteryzuje się dużą szybkością, potrzebowali zamontować sprzęt wyższej klasy, taki, który pozwala na drukowanie kodów online. Dla mniejszych dostawców nie stanowiło to problemu, ponieważ wykorzystywali oni drukarki, które drukowały etykiety zazwyczaj na zapas i potem doklejane były na linii produkcyjnej.

Rezultaty projektu

Franczyzobiorcy od początku bardzo pozytywnie oceniali wpływ wprowadzenia nowych kodów dla części produktów. Obecnie Żabka ma 16 wdrożonych dostawców i 80 towarów (indeksów), które już są w dystrybucji i sprzedaży z kodami GS1 DataBar. Kolejne 22 indeksy są w trakcie wdrażania i w niedługim czasie (wrzesień 2019 r.) wejdą one do sprzedaży. Przewidywany jest wzrost do 120 - 150 produktów. Wszyscy nowi dostawcy produktów z kategorii produktów świeżych i dań gotowych są przez firmę Żabka Polska zobligowani do wprowadzenia kodów GS1 DataBar.



Przewidywany jest wzrost do 120 - 150 produktów.

Wdrożenie kodów GS1 DataBar dało sieci możliwość monitorowania i generowania raportów, dzięki czemu wiadomo, że w danym sklepie danym produktem kończy się termin przydatności i należy coś z nimi zrobić, np. przecenić. Sieć Żabka rozważa też odgórne narzucenie automatycznej promocji na produkty, które mają 1 albo 2 dni do końca terminu przydatności, żeby pomóc franczyzobiorcom w lepszym zarządzaniu tą kategorią. Automatyczne przecenianie (sierpień 2019 r.) jest obecnie testowane przez Żabkę w 50 sklepach w Polsce.

W 50 sklepach testowych sieci jest włączona funkcja dotycząca blokady produktu; dokładne podsumowania będą jeszcze robione, ponieważ nie cała sieć jest wyposażona w kolektory - skanery, za pomocą których franczyzobiorcy przyjmują towar z centrum dystrybucyjnego i wykonują inne operacje w swoich sklepach. Te urządzenia zostały zaktualizowane o możliwość odczytu kodów GS1 DataBar itd.

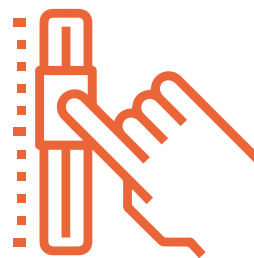
Kody GS1 DataBar rozszerzone są skanowane w całej sieci Żabka - w prawie 6 000 sklepów w całej Polsce.

Wynik - identyfikacja danych i wzrost zaufania klientów

Wprowadzenie kodów GS1 DataBar wpłynęło na zmianę procesu kompletacji w centrum dystrybucyjnym - obecnie pracownicy kompletujący wysyłkę do poszczególnych sklepów (tzw. mikserzy) skanują każdą sztukę produktu, w celu zarejestrowania daty przydatności do spożycia i symbolu partii produkcyjnej. Żabka Polska zamierza przesłać te dane bezpośrednio do sklepów. Franczyzobiorca ma nadal obowiązek potwierdzenia prawidłowości dat i partii, natomiast jest to dodatkowa czynność, która powoduje, że powielany jest proces zrealizowany w centrum dystrybucyjnym. Żabka wolałaby ten proces wyeliminować, zwalniając franczyzobiorcę z obowiązku skanowania każdego dostarczanego produktu przy przyjęciu. Jedną z podstaw dla Żabki jest prawidłowość danych w systemie w sklepie, unikając sytuacji, w których jeden produkt ma kilka dat i partii produkcyjnych w kodzie. Jeżeli uda się uzyskać pozytywne wyniki wdrożenia, to są planowane kolejne funkcje do zaimplementowania, czyli np. automatyczne promocje towarów, których data przydatności zbliża się do końca.

Obecnie Żabka Polska szybciej wyłapuje produkty, które nie mają etykiet z kodem (dostawca ich nie umieścił) - dzięki temu że w centrum dystrybucyjnym Żabki kody GS1 DataBar są indywidualnie skanowane przez pracowników, kompletujących wysyłkę do sklepów. Stanowi to zabezpieczenie i ułatwienie dla franczyzobiorcy.

Także zgłoszenie reklamacji odbywa się w prosty sposób - przez dedykowaną firmową aplikację. Do tej pory franczyzobiorca skanował kod EAN-13 i wprowadzał ręcznie datę przydatności i partię produkcyjną, co było problematyczne i czasochłonne. Obecnie, po zeskanowaniu kodu GS1 DataBar, dane o dacie i partii wprowadzają się do aplikacji automatycznie z kodu, co jest znacznym ułatwieniem. Dzięki temu firma zyskuje także lepsze możliwości szybkiego i bezbłędnego gromadzenia i przetwarzania danych, szczególnie istotne w aspekcie identyfikowalności.



Kody GS1 DataBar wpłynęły na wzrost zaufania klientów.

Podsumowanie

Dzięki rozwiązaniu DataBar blokada towarów przeterminowanych przy kasie w sklepie staje się rzeczywistością. W takiej sytuacji zyskuje nie tylko klient sklepu, ale i franczyzobiorca, który może czuć się bezpiecznie i nie mieć obaw, że sprzeda przeterminowany produkt.

Sieć uzyskała możliwości dynamicznego zarządzania promocjami dla produktów, których termin przydatności do spożycia zbliża się do końca, a automatyczna promocja, umożliwiająca ograniczenie strat, jest planowana do wdrożenia.

Poskutkuje to zmniejszeniem ilości marnowanej żywności w kategorii dań gotowych, lepszym zarządzaniem gospodarką magazynową oraz podniesieniem zaufania klientów.

Docelowo, kody GS1 DataBar będą pomocne w ograniczeniu wolumenu towarów utylizowanych, poprzez automatyzację działań, stosowanie FIFO / FEFO w taki sposób, żeby klient kupował towary „z wierzchu” (z najkrótszą datą przydatności do spożycia), a jednocześnie zapewnienie dostępności towaru na wysokim poziomie.

Poradnik: 7 kroków do wdrożenia kodów GS1 DataBar



Zapoznaj się z podstawowymi informacjami na temat kodów GS1 DataBar. Możesz to zrobić na stronach www.gs1pl.org oraz www.gs1.org.



Sprawdź, czy używane skanery i terminale są w stanie odczytać kody GS1 DataBar.



Upewnij się, że wykorzystywany system informatyczny jest w stanie zarejestrować i przetwarzać kody GS1 DataBar.



W przypadku towarów o zmiennej ilości, takich, jak: sery, wędliny, owoce zastanów się (lub uzgodnij z dostawcą) nad możliwością przejścia z oznaczeń krajowych lub wewnętrznych na numer GTIN przedstawiany w kodzie GS1 DataBar Rozszerzonym.



Sprawdź, czy używane w firmie drukarki są w stanie wydrukować kody GS1 DataBar. Czasem niezbędna jest współpraca z dostawcami drukarek lub urządzeń etykietujących, w celu określenia gotowości do generowania kodów GS1 DataBar dla sprzętu, którego używasz.



Zrób przegląd produktów, dotychczas znakowanych kodami EAN-13 lub EAN-8 oraz zweryfikuj, wspólnie z dostawcą lub odbiorcą, które wyroby powinny być znakowane (produkty wymagające dodatkowych informacji).



Wydrukuj przykładowe nowe opakowania lub etykiety z kodem GS1 DataBar oraz prześlij je do weryfikacji do ILiM i GS1 Polska.



Przedsiębiorstwa

o ugruntowanej pozycji rynkowej zwracają od lat uwagę na interoperacyjność rozwiązań logistycznych.

Są one świadome korzyści płynących ze stosowania standardów GS1 oraz faktu, że poprawiają one interoperacyjność i komunikację między kontrahentami.

Z kolei dla przedsiębiorstw rozwijających się zastosowanie nowych technologii opartych o standardy zapewnia lepszą komunikację w całym łańcuchu dostaw.

Kontakt z nami:

GS1 Polska

ul. E. Estkowskiego 6

61-755 Poznań

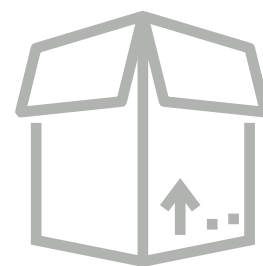
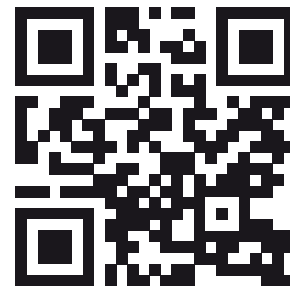
biuro@gs1pl.org

+48 61 851 77 54

www.gs1pl.org



Chcesz wiedzieć więcej?



Globalny Język Biznesu