

Case study Woolworths

# Woolworths Australia

wiele korzyści ze stosowania kodów 2D



## Wyzwanie

Detalista Woolworths stanął w obliczu rosnących oczekiwań klientów i dostawców: sieć poszukiwała sposobu na udostępnianie większej ilości danych na temat oferowanych produktów. Zmiana ta musiała pójść sprawnie, a poszerzone informacje nie mogły zajmować zbyt dużo miejsca na etykietach.

## Rozwiązanie

Kody 2D od GS1 sprostają wyzwaniu związanemu z ograniczonym obszarem zadruku na opakowaniach produktów. Są niezwykle pojemne: identyfikują produkt oraz zawierają dodatkowe informacje. Dzięki nim sieć Woolworths zyskała nowe możliwości wymiany danych w kontaktach z dostawcami, a konsumenci doceniają bogactwo informacji o artykułach, które otrzymują po zeskanowaniu kod 2D.

## Korzyści z wdrożenia

Sieć umieściła kody 2D od GS1 na wielu produktach na terenie całej Australii. To ułatwiło sprzedawcom zarządzanie stanem magazynowym. Kasjerzy od razu wyłapują produkt, który przekroczył datę ważności, a konsument skanujący kod ma informacje o m.in. pochodzeniu produktu oraz wiele innych przydatnych danych.

Woolworths jest największym detalistą w regionie Australii i Nowej Zelandii. W ponad 1000 sklepów obsługuje co tydzień 20 milionów klientów. Podstawą przejścia na kody dwuwymiarowe była lista potrzeb i możliwości stworzona przez pracowników Woolworths.

# Nowy wymiar kodów od GS1

**Kody 2D są mniejsze niż tradycyjne kody liniowe. Mają za to większą pojemność: identyfikują produkt oraz przenoszą informacje o nim. Kody 2D oferują korzyści producentom, sprzedawcom detalicznym, dostawcom usług logistycznych i konsumentom. Wystarczy je zeskanować aparatem w smartfonie, aby uzyskać dane potrzebne do:**

1. zarządzania zapasami,
2. identyfikacji artykułu,
3. zarządzania inicjatywami w zakresie zrównoważonego rozwoju,
4. działań angażujących konsumentów.

2D mogą zawierać dodatkowe dane i umożliwiają połączenie z internetem. Konsumenti docenią wskazówki na temat przechowywania artykułu, instrukcje dotyczące recyklingu i dane o pochodzeniu. Te wszystkie informacje można teraz usunąć z opakowania, aby zwolnić miejsce do wykorzystania w inny sposób, co w konsekwencji daje możliwość zmniejszenia opakowania, aby obniżyć koszty i ograniczyć ilość odpadów.

## Moc korzyści dla Woolworths

W sierpniu 2019 roku firma Woolworths rozpoczęła pilotażowy projekt. Oznaczyła kodami 2D od GS1 świeże mięso i drób w swoich supermarketach. Dwuwymiarowe kody zawierały między innymi informacje o partii, dostawcy i dacie przydatności do spożycia. Po zakończeniu fazy testowej Woolworths ogłosił zamiar pełnego przejścia na kody 2D. Na pierwszy ogień poszła świeża żywność. Na początku 2022 roku kody 2D znajdowały się już na 50% produktów w asortymencie mięsnym Woolworths w ponad 1000 sklepów. Liczba artykułów oznakowanych kodem 2D rośnie z każdym miesiącem.

## Mniej odpadów, większe bezpieczeństwo konsumentów i sprawne wycofywanie produktów z rynku

**Woolworths i wybrani dostawcy, którzy korzystają z kodów 2D, zwiększyli bezpieczeństwo żywności. Jak? Ograniczyli sprzedaż przeterminowanych produktów i zmniejszyli marnotrawstwo żywności nawet o 40%. Udało się to, ponieważ kody 2D umożliwiają personelowi szybsze i łatwiejsze identyfikowanie produktów z bliskim terminem ważności.**

Kody 2D usprawniają też wycofywanie produktów z rynku. Precyzyjne ustalenie, które artykuły należy wycofać z obrotu, oznacza, że mniej żywności trafi na wysypisko. Kodowanie partii, serii i/lub numeru seryjnego produktu w kodzie 2D umożliwia identyfikację produktów dotkniętych wadą, w dowolnym miejscu łańcucha dostaw. Gdyby jednak wycofany produkt trafił do kasy, to kasjer otrzyma sygnał, że nie może go sprzedać – wystarczy, że zeskanuje kod 2D.

Sklepy Woolworths dzięki kodom 2D usprawniły zarządzanie datami ważności. Wydajność sklepów wzrosła nawet o 21%! Wszystko dlatego, że kody 2D mogą zawierać datę przydatności do spożycia, a to pozwala detalistom wdrożyć systemowe zarządzanie zapasami według daty ważności. W przyszłości mogą też automatycznie obniżać ceny produktów zbliżających się do końca ich terminu, bez konieczności ręcznego ich etykietowania.

## Atrakcyjniejsze zakupy i ekowskazówki

Kody 2D oferują producentom, właścicielom marek i sprzedawcom detalicznym nowe możliwości cyfrowej obsługi klienta. Konsument, który zeskanuje kod 2D smartfonem, może natychmiast otrzymać informacje o nim w wielu formatach multimedialnych. To angażujące doświadczenie cyfrowe może uatrakcyjnić codzienne zakupy.

Dzięki kodom 2D firma Woolworths i jej dostawcy mogą w przyszłości udostępniać konsumentom nie tylko ekocertyfikaty. W 2D prześlą też informacje o zasadach zrównoważonego rozwoju, których przestrzegano w konkretnym gospodarstwie. Konsument pozna datę pakowania, szczegółowe informacje o wartościach odżywczych, a nawet sugestie dotyczące przechowywania i przepisy. Przeczyta też instrukcje dotyczące recyklingu opakowań.



„Kody 2D mają ogromny potencjał. Jesteśmy przekonani, że poprawią identyfikowalność produktów i zarządzanie zapasami”

**Richard Plunkett,**  
dyrektor generalny ds. rozwoju biznesu  
w Woolworths.

## Skorzystają też dostawcy

Sieć Woolworths przekonała się, że wdrożenie kodów 2D może przynieść korzyści także dostawcom. W szczególności w zakresie ich wysiłków na rzecz zapewnienia jakości i zwiększenia identyfikowalności artykułów.

W Woolworths udało się zmniejszyć marnotrawstwo żywności nawet o 40% i podnieść produktywność aż o 21%. Wszystko dzięki przejściu na kody 2D.

# Kod: GS1 DataMatrix ze składnią łańcucha elementów

## Co zakodowano:

- numer GTIN,
- numer serii,
- data przydatności do spożycia,
- waga netto,
- cena.

## O Woolworths Australia

Sieć prowadzi ponad 1000 sklepów i jest największą siecią supermarketów w Australii. Aż 96% wszystkich świeżych owoców i warzyw oraz 100% świeżego mięsa pochodzi od australijskich rolników i hodowców, [www.woolworths.com.au](http://www.woolworths.com.au).

Więcej informacji o GS1 Australia i kodach kreskowych 2D znajdziesz pod adresem [www.gs1au.org](http://www.gs1au.org).

## O GS1

GS1 - międzynarodowa organizacja z siedzibą w Brukseli (Belgia) i w Princeton (USA), która zarządza Systemem GS1 w skali świata. Na poziomie krajowym za administrowanie odpowiedzialne są tzw. organizacje krajowe GS1. Wszyscy użytkownicy Systemu GS1 są aktywnie wspierani przez krajowe organizacje, które informują, szkolą i doradzają w zakresie wdrażania standardów. Organizacje krajowe, w tym GS1 Polska tworzą również fora współpracy dla użytkowników, umożliwiając im wzajemną wymianę doświadczeń oraz aktywny udział w tworzeniu standardów. W ofercie GS1 znajduje się m.in. doradztwo przy wdrożeniu etykiety logistycznej GS1, weryfikacja jakości kodów, audyt traceability czy rejestracja kodu LEI. [www.gs1.org](http://www.gs1.org)

## Rozpocznij pracę z kodami 2D

GS1 ściśle współpracuje z biznesem. Wspieramy wdrożenie 2D i tworzymy wytyczne, które pomagają w projektowaniu pilotażowych rozwiązań.

**Detalista:** ustal, jak chcesz używać kodów 2D. Oceń obecne możliwości techniczne (skanery i systemy back office). To pomoże opracować plan działania, abyś mógł skanować wszystkie kody kreskowe. Współpracuj z innymi interesariuszami, by zrealizować cele i wyniki.

**Marki, producenci i dostawcy:** kierownictwo łańcucha dostaw i marketingu musi współpracować, aby wdrożyć kompleksową strategię kodów kreskowych. W ten sposób uda się zaangażować konsumentów oraz realizować cele łańcucha dostaw.

**Dostawcy rozwiązań:** rozważ aktualizacje systemów, aby umożliwić skanowanie/drukowanie wielu kodów kreskowych. Wspieraj użytkowników końcowych w osiągnięciu celów, jakie umożliwiają kody 2D.

Masz pytania dotyczące przyszłości kodów 2D?

Skontaktuj się z lokalną organizacją GS1. Dowiedz się, w jaki sposób GS1 może pomóc Ci rozpocząć podróż w kierunku nowego wymiaru kodów kreskowych!

[www.gs1.org/contact](http://www.gs1.org/contact)



„Planujemy w pełni wykorzystać potencjał tych kodów. Chcemy informować klientów o pochodzeniu artykułu, jego jakości i czy pochodzi z łańcucha zrównoważonego rozwoju. Wspólnie z naszymi dostawcami dbamy o lepsze jutro. Kody 2D pomogą nam w udzielaniu klientom wiarygodnych informacji o zrównoważonym rozwoju w procesie produkcji towaru”

**Roberto Olivares,**  
starszy kierownik projektu w  
Woolworths.