



Produkty bez marki

Wprowadzenie



Produkty bez marki – wprowadzenie

Produkty bez marki to jednostki handlowe, które nie posiadają marki, określane są również jako produkty generyczne



Dlaczego identyfikować produkty bez marki?

Szybki wzrost sprzedaży online w ostatnich latach wyraźnie zaznaczył trudności związane z identyfikacją produktów bez marki.

Sprzedawcy nabywają produkty bez marki bezpośrednio od producentów i sprzedają je online w oryginalnym, niezmienionym stanie. Wielu sprzedawców może pozyskiwać identyczne lub podobne produkty bez marki od tych samych lub różnych fabryk.



GS1, we współpracy z rynkiem, opracowało rozwiązanie zapewniające spójną i dokładną identyfikację produktów bez marki, z korzyścią dla wszystkich zainteresowanych stron.



Uwaga: Reguły GS1 zostały opracowane w celu uregulowania kwestii identyfikacji marek własnych. Marka własna odnosi się do artykułów wytwarzanych przez producenta kontraktowego lub zewnętrznego i sprzedawanych pod marką sprzedawcy detalicznego.



Definicja produktu bez marki



“Produkt bez marki to jednostka handlowa bez nazwy handlowej / marki (nie jest to własna marka), która może (choć nie musi) być później oznaczona marką i która może (choć ale nie musi) zawierać unikalny w skali świata identyfikator – numer GTIN”.



Produkty bez marki

Zasady identyfikacji

Produkty bez marki

4 reguły identyfikacji produktów bez marki

1

Wszystkie jednostki handlowe wymagają numeru GTIN przed wystawieniem na sprzedaż.

2

Numer GTIN należy nadać na najwcześniejszym etapie wprowadzenia produktu do łańcucha dostaw.

3

Żaden dalszy podmiot (np. dystrybutor, hurtownik, importer, sprzedawca) **nie może przypisać innego numeru GTIN do produktu, który już posiada swój numer GTIN** pod warunkiem, że produkt nie został zmieniony w sposób, który wymagałby nadania nowego numeru GTIN - zgodnie ze standardami GS1.

4

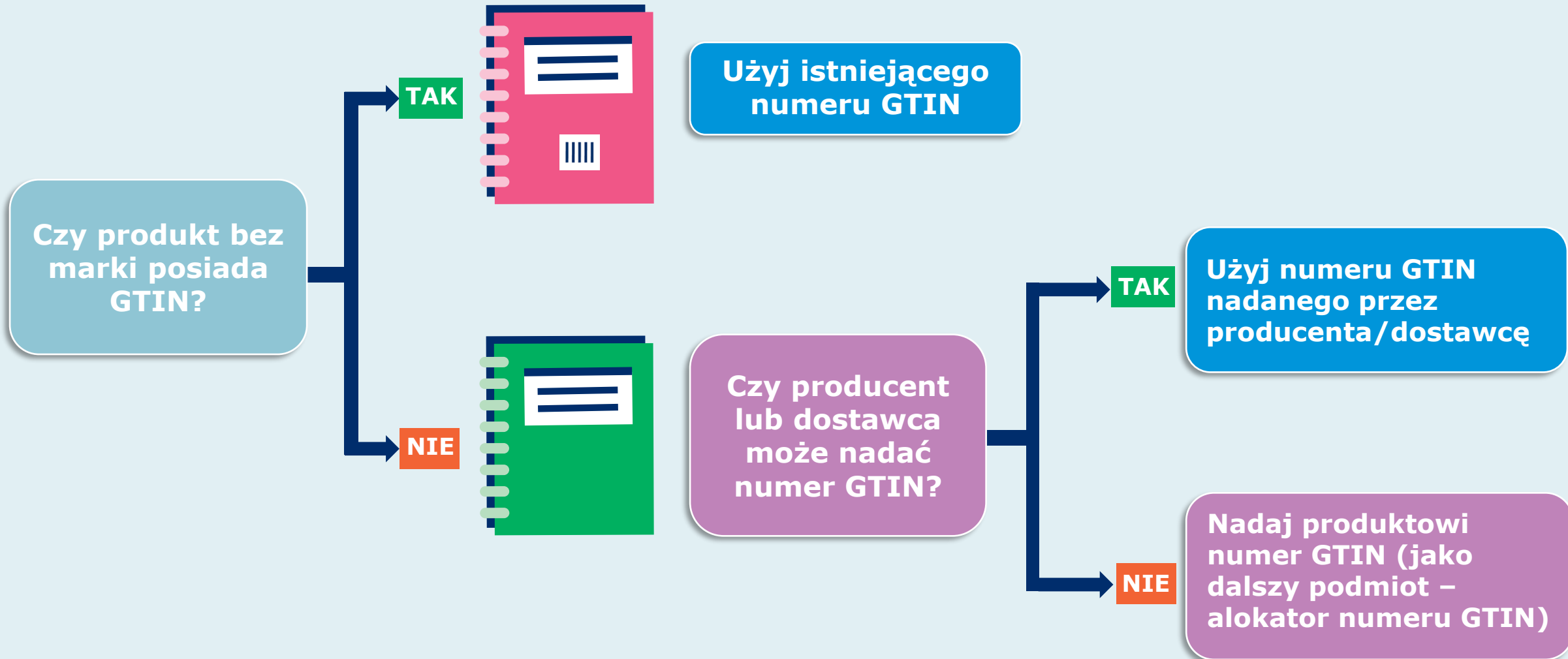
W przypadku produktu, który nie posiada numeru GTIN, przypisanie numeru GTIN może zostać dokonane przez dowolnego uczestnika łańcucha dostaw poprzez przyjęcie roli alokatora (nadawcy) numeru GTIN oraz wzięcie odpowiedzialności za deklaracje dotyczące produktu.



PRZYPOMINAMY: Lokalne przepisy mają pierwszeństwo przed standardami i wytycznymi GS1.



Drzewko decyzyjne – produkty bez marki





Produkty bez marki

**FAQs – najczęściej
zadawane pytania**

Pytania

1: Wytwórca produkuje notes, nie nadaje mu marki, ale nadaje mu numer GTIN. Wielu sprzedawców pozyskuje notes i go sprzedaje. Którego numeru GTIN należy użyć?

2: Wytwórca produkuje notes, nie nadaje mu swojej marki, nie nadaje mu również numeru GTIN. Wielu sprzedawców pozyskuje notes i go sprzedaje. Którego numeru GTIN należy użyć?

3: Wytwórca produkuje notes, nie nadaje mu swojej marki, ale nadaje mu numer GTIN. Wielu sprzedawców pozyskuje notes i chcąc wyróżnić go w swojej ofercie, nadaje mu swoją własną markę. Którego numeru GTIN należy użyć?

4: Jeśli nadam numer GTIN produktowi bez marki, to jakie informacje o produkcie powinienem umieścić w bazie danych GS1?

Na każdym slajdzie z odpowiedzią pojawi się ikona pytania.  Kliknij tę ikonę, aby uzyskać dostęp do indeksu FAQ.

Q1: Wytwórca produkuje notes, nie nadaje mu marki, ale nadaje mu numer GTIN. Wielu sprzedawców pozyskuje notes i go sprzedaje. Którego numeru GTIN należy użyć?

A: Sprzedawca A i sprzedawca B powinni używać GTIN przypisanego przez producenta.



Q2: Wytwórca produkuje notes, nie nadaje mu swojej marki, nie nadaje mu również numeru GTIN. Wielu sprzedawców pozyskuje notes i go sprzedaje. Którego numeru GTIN należy użyć?

A: Sprzedawca A i sprzedawca B każdy osobno przypisują własny numer GTIN.



Producent



Sprzedawca A



Sprzedawca B

Q3: Wytwórca produkuje notes, nie nadaje mu swojej marki, ale nadaje mu numer GTIN. Wielu sprzedawców pozyskuje notes i chcąc wyróżnić go w swojej ofercie, nadaje mu swoją własną markę. Którego numeru GTIN należy użyć?

A: Sprzedawca A i sprzedawca B każdy osobno przypisują własny numer GTIN. Zgodnie z zasadami zarządzania GTIN, zmiana podstawowej marki wymaga przypisania nowego numeru GTIN.



Producent



Sprzedawca A



Sprzedawca B

Q4: Jeśli nadam numer GTIN produktowi bez marki, to jakie informacje o produkcji powinienem umieścić w bazie danych GS1?

A: GS1 zaleca uzupełnienie wszystkich atrybutów obowiązkowych oraz nieobowiązkowych:

- **Nazwa marki:** „generyczny” lub „bez marki”
- **Nazwa produktu:** uwzględnij w nazwie „generyczny” lub „bez marki”
- **Adres URL obrazu:** link do zdjęcia produktu
- **Globalna kategoria produktu:** użyj GPC produktów
- **Zawartość netto:** Number Ilość sztuk lub pojemność
- **Kraj sprzedaży:** Planowany kraj sprzedaży

Generic blue notebook



GTIN	5017726180034
Nazwa marki	(en) Generic
Nazwa produktu	(en) Generic – blue lined notebook
Adres URL zdjęcia	(en) https://activate.gs1.org/media
Kategoria GPC produktu	10005893 Exercise books
Zawartość netto	1
Kraj sprzedaży	Belgium



PRZYPOMINAMY: Lokalne przepisy mają pierwszeństwo przed standardami i wytycznymi GS1.





Produkty bez marki

Podsumowanie i korzyści

Podsumowanie i korzyści

Produkty bez marki

- ◀ **Produkty bez marki** wymagają nadania numeru GTIN przed wystawieniem na sprzedaż.
- ◀ **Żaden dalszy podmiot nie może przypisać innego numeru GTIN do** produktu, który już posiada GTIN, pod warunkiem, że produkt nie uległ zmianie w sposób, który wymagałby nadania nowego numeru GTIN zgodnie ze standardami GS1.
- ◀ Numer GTIN należy nadać **na najwcześniejszym etapie wprowadzenia produktu do łańcucha dostaw**
- ◀ **W przypadku produktu, który nie posiada numeru GTIN, przypisanie numeru GTIN może zostać dokonane przez dowolnego uczestnika łańcucha dostaw** poprzez przyjęcie roli alokatora (nadawcy) numeru GTIN oraz przyjęcie odpowiedzialności za deklaracje dotyczące produktu

Korzyści

- ◀ **Jedna wspólna zasada dla wszystkich kanałów handlowych i wszystkich interesariuszy**
- ◀ Standardy GS1 są zgodne z potrzebami otwartego łańcucha dostaw.
Informacje o produktach powinny być przekazywane w całym łańcuchu dostaw.
Nie wszyscy partnerzy handlowi są znani z wyprzedzeniem i mogą zmieniać się w czasie.
Zapewnij interoperacyjność systemów – systemy powinny być ze sobą spójne, aby umożliwić sprawną współpracę z wieloma partnerami.

