



GS1, partener in e-tail

Crescând atât cererea cât și oferta, domeniul comerțului electronic a dus la o schimbare a mentalității cumpărătorilor și la dezvoltarea de noi modalități de vânzare. Accesul mult mai facil prin tehnologie, la informații și piețe, dă posibilitate cumpărătorului să prefere achizițiile prin internet, unde oferta de produse este mai bogată și produsele pot fi livrate la adresa solicitată.

Ca valoare, piața comerțului electronic a ajuns la finalul anului 2017 la 1,84 trilioane \$. Potrivit lui Jorij Abraham, Managing Director Ecommerce Foundation, 75% din tranzacțiile online europene sunt realizate în țările din Europa centrală și de vest. Nu sunt incluse serviciile, plățile de facturi la utilități, biletele de avion, vacanțele, rezervările hoteliere, biletele la spectacole sau diferite evenimente, conținutul downloadabil, etc. Dacă le-am adăuga și pe acestea, valoarea totală a achizițiilor online ar crește considerabil. În contextul creșterii accelerate a acestui nou stil de vânzare a produselor, a crescut considerabil și numărul întreprinzătorilor în domeniu.

În România, valoarea cumpărăturilor online a ajuns la 2,8 miliarde Euro în 2017, cu peste 40% mai mult decât în 2016. Cea mai importantă platformă națională de e-Tail este Emag Marketplace, dar și alte grupuri, cum ar fi Kober, Carrefour, Dedeman, Fashion Days, au decis să se extindă și în domeniul online. În egală măsură, românii au demonstrat faptul că nu sunt doar cumpărători ci și antreprenori corelați cu schimbările din domeniul economic global. În ultimii ani, s-a dezvoltat un nou curent de business axat pe vânzarea de produse prin intermediul celor mai mari platforme de e-Tail din lume. Astfel, antreprenorii români care și-au deschis afaceri pe Amazon au atins, o cifră cumulată de afaceri de 50 de milioane de dolari în 2017.

Implicarea GS1 in Ecommerce

Având în vedere conjunctura actuală, în care piața de Ecommerce se dezvoltă din ce în ce mai mult, GS1 Global corelează sistemul său de standarde cu noile cerințe de prezentare a produselor și serviciilor, propune soluții și bune practici. Jucătorii importanți de pe piață preiau și îmbogățesc permanent instrumentele construite sub standardele GS1. Astfel, sunt de remarcat rezultatele obținute de Google, Ebay și Walmart încă din 2014, Amazon, din 2016 și Alibaba, din 2017.

În urma consultărilor repetate cu GS1 Global, în anul 2016, Amazon a inițiat, în plan internațional, verificarea autenticității produselor oferite prin intermediul platformei sale de vânzare, folosind Global Electronic Party Information Registry (GEPiR), un registru GS1 în care

sunt înregistrate toate produsele identificate cu numere GS1 (GTIN), atribuite de organizațiile naționale GS1 producătorilor sau proprietarilor de mărci. Codurile GS1 asociate informațiilor despre produsele pe care le identifică și cu informațiile despre companiile care pun pe piață produsele respective sunt verificate în GEPIR, constituind astfel o modalitate de validare a listărilor în Amazon a produselor, în cazul în care datele din cele două aplicații, GEPIR și Amazon, corespund.

Amazon a demarat această acțiune de verificare deoarece a constatat existența a numeroase listări necorespunzătoare fie prin folosirea altor coduri la produsele identice existente în catalogul Amazon, fie prin folosirea unor coduri existente deja în catalogul Amazon, la alte produse decât cele identificate inițial, toate aceste situații, imprimând un aspect negativ experienței de cumpărare, creând confuzii la nivelul cumpărătorului și alterând review-urile clienților. Prin impunerea politicii de utilizare a codurilor GS1, etailer-ul Amazon deține un control asupra a ceea ce constituie o listare validă și reduce șansele de duplicare a listărilor sau de promovare în cadrul platformei a unor produse contrafăcute.

După cum se știe, GS1 alocă companiilor prefixe de companie unice global care identifica în mod inechivoc producătorul/proprietarul de marcă. Acest prefix reprezintă și parte din structura identificatorilor de produse GTIN (Global Trade Item Numbers). În cazul achiziționării codurilor GS1 de la un revânzător de coduri sub licență GS1, acestea au fost inițial alocate deținătorului de licență respectiv și conțin în structură, Prefixul de Companie al acestuia, nicidecum pe cel al producătorului/proprietarului de marcă. Mai clar, codurile GS1 revândute nu sunt neapărat ilegale dar, obținute din altă sursă decât direct de la organizația GS1, împiedică identificarea producătorului/proprietarului de marcă, introducându-ne în zona gri a pieței. De aceea, recomandarea Amazon pentru vânzătorii este de a solicita identificatori pentru produse direct de la GS1 și nu de la intermediarii care revând licențe GS1, pentru a avea în acest fel o trasabilitate a informațiilor și posibilitatea verificării lor. Dacă produsul este listat pe platforma Amazon de către altcineva decât producătorul /proprietarul de brand, se va folosi codul de produs alocat de GS1 la solicitarea producătorului, iar în cazul în care produsul nu are un cod trebuie contactat producătorul sau proprietarul de marcă în acest scop.

Amazon, susținut de GS1, depune eforturi pentru curățarea catalogului său deoarece este în interesul propriu și al clienților săi să își mențină integritatea listărilor de produse, iar vânzătorii trebuie să se asigure că se conformează politicii Amazon și să conștientizeze că nivelul cheltuielilor, în cazul respectării regulilor impuse, sunt mai mici decât potențialul profit nerealizat prin blocarea listărilor și/sau suspendarea contului în cadrul platformei.

Programul GS1 Romania “Ecommerce & Amazon Seller”

Ținând pasul cu noile schimbări și tendințe din piață, Asociația GS1 Romania, a creat un program de sprijinire a oamenilor de afaceri care își lansează sau își desfășoară afacerile online prin intermediul celor mai mari platforme de Ecommerce - Amazon/Ebay/Google Shop, etc.

În cadrul acestui program s-a lansat, în scopul adoptării mai facile a codurilor GS1 în mediul Ecommerce, o ofertă promoțională pentru aderarea la Asociația GS1 a persoanelor juridice care vând produse prin platforma Amazon, valabilă pentru primul an de activitate în

această zonă. Obținerea codurilor GS1 pentru produse este condiționată de calitatea de membru GS1 a companiei producătoare sau deținătoare a mărcii produsului, și implică costurile care se regăsesc în formularul de aderare special creat pentru sellerii Amazon. Pentru a susține politica Amazon de identificare a produselor listate cu numărul din codul de bare al produsului (GTIN) și având în vedere dimensiunea impresionantă a pieței de E-commerce ce reprezintă o oportunitate importantă de generalizare a utilizării sistemului GS1, organizația GS1 Romania aplică o bonificație taxelor pentru acești membri.

Pentru a elimina problemele de înțelegere și aplicare a sistemului GS1 în acest context, GS1 Romania a semnat parteneriate cu firme active în România, cu roluri în informarea, consultanța și training-ul companiilor care doresc listarea, corectă și conformă cerințelor de vânzare online, pe platforma Amazon a produselor. Amintim dintre acestea, companii precum AMZ ACADEMY, Ecombrains Ads, Vigro Web, care au decis să includă în cursurile, prezentările, webinarile, site-urile, postările din social media și în publicațiile lor, și informații legate de elementele sistemului GS1 aplicabile în cazul vânzărilor prin platforma Amazon.

Tot în sensul documentării și informării comunității de selleri Amazon, site-ul GS1 Romania cuprinde în secțiunea "Programe" o vastă informare referind toate aspectele programului de eficientizare a platformei Amazon cu ajutorul sistemului GS1.