



Estudio de caso de Verified by GS1

eMAG: Crecimiento basado en datos de productos confiables

A medida que el comercio se desplaza de las tiendas físicas a las tiendas en línea, los mercados como el de eMAG trabajan para convencer a los vendedores y propietarios de las marcas sobre la importancia de la información de productos completa y precisa.



Reto

Duplicados de productos en las listas, asociaciones incorrectas, marcas inválidas y la preocupación sobre la falsificación y violaciones de PI; eMAG vio todo esto en los primeros años de existencia su mercado.

Solución

Desde finales de 2019, los vendedores deben obtener correctamente e indicar el GTIN de GS1 para casi todas las categorías de productos nuevas, y eMAG usa Verified by GS1 para autenticarlas antes de aprobar su inclusión en las listas.

Beneficios

La identificación validada optimiza para eMAG los procesos de registro en las listas y reduce su exposición a falsificaciones, mientras que ofrece a los compradores la confianza en los productos que están comprando.

eMAG Marketplace ofrece una amplia variedad de productos para sus consumidores en Europa Central y del Este. La compañía ha visto un crecimiento exponencial: con menos de un millón de artículos en las listas en 2015, a finales de 2020, eMAG tenía más de 34 000 000 de productos a la venta en su mercado, entre más de 30 000 vendedores en 2000 categorías.

Las necesidades de los mercados como eMAG difieren considerablemente de las de sus contrapartes fuera de línea. Por ejemplo, los mercados tienen una mayor cantidad y variedad de productos que deben gestionar en comparación con las tiendas físicas, y como los compradores no pueden ver o tocar un artículo que consideran comprar, el nombre del producto, su descripción, fotografía y otra información son de vital importancia.



El manejo de las dificultades del proceso de crecimiento

Vlad Puescu, Director de la plataforma de contenido de eMAG, observó que no es fácil gestionar un mercado que crece tan rápido como lo hizo eMAG Marketplace.

Un asunto que requirió consideración cuidadosa, por ejemplo, fue el duplicado de listas de productos. “En algunas categorías podríamos tener diez o más registros para el mismo artículo”, dijo Puescu, “porque al agregar un producto, un vendedor lo describe de un modo mientras que otro vendedor usa palabras un poco diferentes. No queríamos obligar a nuestros consumidores a hacer clic para avanzar y retroceder una y otra vez a fin de determinar que dos artículos son en realidad el mismo producto”.

Otra preocupación constante se refería a la violación de PI con clones o falsificaciones tratando de hacerse pasar por productos genuinos.

En resumen, el asunto de la autenticidad y la transparencia en relación con la identidad de los productos se volvió rápidamente un tema importante.



80 000 productos

GTIN = 0123456789012

El primer intento con GTIN

Para resolver este tipo de problema, en 2017, para cinco categorías de productos, eMAG añadió un campo obligatorio para el Número Global de Artículo Comercial de GS1® (GTIN®) a su nuevo formato de registro de artículos en las listas.

“Sinceramente, no sabíamos mucho de GS1 como organización en ese momento. Solo conocíamos los GTIN”, dijo Puescu, “Entonces agregamos el campo del GTIN al formato, y nos dijimos, ‘Perfecto, esto resolverá nuestros problemas con los duplicados’”.

En realidad, no fue tan fácil. eMAG solo realizaba una validación muy básica de la sintaxis de GTIN: solo comprobaba que hubiera la cantidad correcta de dígitos en el formato correcto.

“En menos de un año, teníamos 80 000 productos con el GTIN ‘0123456789012’”, Puescu recordó con una sonrisa de pesar, “Y teníamos otros 200 000 conflictos además de ese. Era un desastre”.



Apoyo de GS1 para educar a los vendedores

Puescu y sus colegas no necesitaron que les convencieran sobre el interés en la identificación global, única y persistente de productos (del tipo que solo se puede obtener con el GTIN de GS1), pero sí necesitaban ayuda para convencer a los vendedores en su ecosistema de mercado.

El equipo de eMAG se conectó con **GS1 Rumania** y trabajó en colaboración con ellos para crear una guía práctica para obtener el GTIN de GS1 adecuado, un boletín para los vendedores, tutoriales de GTIN en el programa de capacitación de la Academia de vendedores de eMAG, y más.

“

Los registros locales que se usaban anteriormente para verificar un GTIN ya no son adecuados. Los mercados como eMAG necesitan datos de productos para artículos que provengan de cualquier parte del mundo, no solo de nuestro país. Solo Verified by GS1 puede ofrecer eso”.

— Vlad Puescu, Director de la plataforma de contenido, eMAG

Los GTIN ahora son obligatorios en eMAG

Durante 2019, eMAG volvió gradualmente obligatorios los GTIN para todos los productos, y hoy, registrar un artículo en las listas de eMAG requiere un GTIN obtenido correctamente. eMAG tiene incluso un punto de verificación automatizado que frena el proceso de inclusión en las listas si se detecta el mismo GTIN en un producto aparentemente diferente. Estos conflictos los resuelve un operador humano.

“Estamos estableciendo la obligación del uso de GTIN, pero toma tiempo ayudar a nuestros socios a entender los beneficios. Todos nosotros, incluyendo GS1, debemos seguir con la explicación y el convencimiento. Informar a las personas sobre la utilidad de GS1 es vital”, informó Puescu.

Sin embargo, el esfuerzo vale la pena: eMAG ya ha visto cómo la identificación única optimiza el proceso de registro en las listas, reduce los duplicados, y ayuda a los vendedores a agregar sus productos más rápidamente. También mitiga el riesgo de falsificaciones y violaciones de PI. Y lo más importante: es genial para los compradores en el sitio web. Cuando cada producto listado tiene una identificación confiable, precisa y única a nivel global, los mercados como eMAG ofrecen a los consumidores la capacidad de comprar con confianza.

Completamente comprometidos con Verified by GS1

El equipo de eMAG cree firmemente en el valor agregado de Verified by GS1, una solución global que permite a las compañías como eMAG saber con certeza que un producto es exactamente lo que dice ser.

“Los registros locales ya no son adecuados”, dijo Puescu, “Como mercado, necesitamos datos de productos para artículos que provienen de cualquier parte del mundo, y no solo de nuestro propio país. Solo Verified by GS1 puede ofrecer eso”.

Ahora es aún más importante para eMAG la confianza en la identidad de un producto, ya que la compañía se ha convertido en parte de la Red Internacional de Mercados (IMN), una comunidad de socios que reúne vendedores y productos en toda Europa. “Toda comunicación dentro de IMN en relación con los productos requiere GTIN autenticados”, observó Puescu.

La importancia de la información de productos

Puescu tiene un mensaje para los vendedores y propietarios de marcas en todo el mundo: “Los mercados en línea son el futuro, de hecho el tiempo hasta el cambio inevitable al comercio electrónico se ha acelerado debido a COVID. Pero los mercados difieren bastante de los comercios minoristas. Tenemos necesidades diferentes y un modelo de negocios diferente. Si deseas vender tus productos en este nuevo mundo, debes ofrecer la información de productos de alta calidad que obtienes al adquirir un GTIN. Desde nuestro punto de vista, la participación en Verified by GS1 no es opcional, sino obligatoria”.

Los beneficios de Verified by GS1

Para las marcas



Proceso simplificado para elaborar las listas y menor tiempo para comercializar

Para los minoristas



Menores tiempos y costos para obtener y verificar los datos

Para los consumidores



Información más confiable sobre productos



Visibilidad de la calidad de los datos y aprendizajes



Procesos comerciales optimizados



Mayor satisfacción y menos devoluciones

Acerca de eMAG

Una compañía rumana establecida en 2001, eMAG fue pionera en el sector minorista en línea en Rumanía, con presencia en Bulgaria y Hungría. Durante casi 20 años, la compañía ha invertido continuamente en los servicios basados en tecnologías desarrolladas en Rumanía, y todo esto ayuda al consumidor a ahorrar tiempo y dinero. Con una gama de productos creciente, tanto desde su propia oferta como por parte de los socios en el mercado, eMAG es el sitio en el que cualquiera puede buscar y pedir lo que sea, desde donde sea, y beneficiarse del excelente servicio al cliente, incluyendo la entrega gratuita, 30 días para la devolución, financiamiento y pagos a plazos, además de un centro de llamadas 24/7. En 2019, el Grupo eMAG tuvo ventas superiores a mil millones de Euros. Algunas otras compañías que conforman el Grupo actualmente: Fashion Days, un minorista electrónico especializado en calzado; Extreme Digital, una plataforma de comercio electrónico basada en Hungría; Sameday, una compañía de provisión de servicios; y Tazz, una compañía de entrega de alimentos y abarrotes.

www.emag.ro

“El equipo de eMAG se conectó con GS1 Rumania y trabajó en colaboración con ellos para crear una guía práctica para obtener el GTIN de GS1 adecuado, un boletín para los vendedores, tutoriales de GTIN en el programa de capacitación de la Academia de vendedores de eMAG, y más”.

Acerca de GS1

GS1 es una organización neutra, sin fines de lucro, que desarrolla y mantiene los estándares globales más utilizados para la comunicación comercial eficiente. Somos mejor conocidos por el código de barras, que la BBC nombró como una de “las 50 cosas que conforman la economía mundial”. Los estándares GS1 mejoran la eficiencia, la seguridad y la visibilidad de las cadenas de suministro en los canales físicos y digitales en 25 sectores. Nuestra escala y alcance (organizaciones miembro locales en 115 países, dos millones de compañías usuarias y seis mil millones de transacciones al día) ayudan a garantizar que los estándares de GS1 creen un lenguaje común que respalda los sistemas y procesos en todo el mundo.

www.gs1.org

Acerca de Verified by GS1

Verified by GS1 es un depósito de datos de productos que ayuda a las organizaciones a responder la pregunta: “¿Este es el producto que creo que es?” Los propietarios de las marcas utilizan Verified by GS1 para relacionar siete atributos clave con cada uno de sus productos: el GTIN del producto, el nombre comercial, la descripción, una URL de una imagen de producto, su código de Categoría de producto global de GS1 (GPC), el contenido neto y la unidad de medida, así como el país de venta. Con ayuda de Verified by GS1, los propietarios de las marcas, minoristas y mercados pueden construir mejores experiencias del cliente que presenten datos de productos confiables y provenientes de las marcas, lo cual fomenta la confianza, satisfacción, lealtad y, finalmente, una mayor eficiencia y crecimiento para sus negocios.

www.gs1.org/verified-by-gs1



GS1 AISBL

Blue Tower, Avenue Louise 326, BE 1050 Bruselas, Bélgica
T +32 (0)2 788 78 00 | F +32 (0)2 788 78 99 | E contactus@gs1.org
www.gs1.org

GS1 es una marca registrada de GS1 AISBL.
Derechos de autor sobre todos los contenidos © GS1 AISBL 2021.
Impreso en papel reciclado.