



Estudio de caso de Verified by GS1

Migros Turquía: El minorista como el camino entre la marca y el consumidor

Como alguien que adoptó temprano la nueva tecnología y los servicios vanguardistas, Migros Supermarkets ya está funcionando con Verified by GS1.



Reto

Como varios minoristas, la cadena de supermercados turca Migros desea tener acceso a los mejores datos posibles, a fin de manejar sus procesos internos sin problemas y crear experiencias valiosas para los clientes que fomenten la confianza, satisfacción y lealtad.

Solución

Al pedir a los propietarios de las marcas que listen sus productos en Verified by GS1, Migros encontró una sola fuente de información de productos confiable donde pueden verificar con confianza los productos que venden.

Beneficios

La compañía ya está viendo que pueden listar productos con mayor confianza y limitar la duración y cantidad de los pasos necesarios para mantener la exactitud de los datos de los productos en sus sistemas.

Migros es la cadena líder de supermercados en Turquía con más de 2,300 comercios minoristas y cuatro plataformas de comercio electrónico. Hay una tienda Migros en cada ciudad de Turquía.

Migros siempre ha sido de los primeros en adoptar y es el líder en innovación en el sector minorista. A principios de la década de 1990, fue el primer minorista en Turquía en poner código de barras GS1 en producto y, al hacerlo, ayudaron a conducir a todo el sector minorista de Turquía a usar los estándares de la cadena de suministro de GS1. La compañía también es un miembro activo del Foro de productos de consumo (CGF), y Özgür Tort, Director General de Migros, actualmente es copresidente del CGF y miembro del Consejo directivo de GS1.



Los consumidores merecen datos precisos de los productos

Migros considera a los minoristas como el enlace entre los propietarios de las marcas y los consumidores, con el deber de proporcionar a los compradores datos de productos tan precisos y actualizados como sea posible. Como parte de este compromiso, a lo largo de los años encontraron varias formas de mejorar sus procesos y sus colaboraciones con socios comerciales.

Por ejemplo, como varios minoristas, Migros ha tenido instancias donde un propietario de la marca reutiliza un Número Global de Artículo Comercial (GTIN) de GS1 para un producto nuevo. Esto es una acción aparentemente inocente e inofensiva, hasta que se escanea el producto nuevo en los sistemas del minorista, con la identidad del producto original, que existe en las bases de datos de los minoristas.

En el mejor de los casos, esto crea un poco de confusión, pero este tipo de problema de identidad de los productos también puede bloquear el proceso desde el pedido hasta el pago, ralentizar el reaprovisionamiento y perder el tiempo de los miembros del personal del minorista y el propietario de la marca.

“Anteriormente tuvimos problemas con discrepancias de GTIN,” dijo Ethem Kamanlı, Director de soluciones de la cadena de suministros en Migros, “Siempre toma cierto tiempo descubrir qué sucedió y después tomar los pasos necesarios para solucionar la situación. Ahora ‘El caso del producto misterioso’ es una anécdota para explicar por qué Verified by GS1 es tan importante para nosotros”.

Colaboraciones basadas en estándares

Migros está totalmente comprometido a datos de productos de alta calidad. Es por esto que, en 2019, la compañía envió un memorando a todos los propietarios de las marcas cuyos productos están disponibles en las tiendas de Migros.

“Tuvimos tres peticiones,” recordó Kamanlı. “Una: Todos los productos deben contar con un GTIN de GS1, con la autorización adecuada de GS1 y estar creados respetando las Reglas de asignación de GTIN de GS1. Dos: Todos los productos se deben ingresar en el depósito de Verified by GS1, tanto los productos nuevos como los existentes. Y tres: solicitamos a nuestros proveedores que se familiaricen con el Modelo de datos globales de GS1 y se preparen para usarlo en el futuro cercano.”

Nota

- 1 Todos los productos deben contar con un GTIN de GS1
- 2 Todos los productos se deben ingresar en el depósito de Verified by GS1
- 3 Que se familiaricen con el Modelo de datos globales de GS1 y se preparen para usarlo en el futuro cercano

“Como minoristas, somos el enlace entre los propietarios de las marcas y los consumidores. Es imperativo para nosotros proporcionar al consumidor los datos de productos más precisos posibles.

- Ethem Kamanlı, Director de soluciones de la cadena de suministro, Migros Ticaret A.Ş.

“Hacer esto correctamente requiere el esfuerzo conjunto entre los propietarios de las marcas y los minoristas.”

- Ethem Kamanlı, Director de soluciones de la cadena de suministro, Migros Ticaret A.Ş.

Verificación rápida y eficiente al añadir a la lista

Migros ya ha visto claramente el valor que Verified by GS1 proporciona al proceso de añadir artículos a sus sistemas.

Al añadir un producto nuevo a la lista, los miembros del equipo de Migros comparan los datos de los productos que tienen en archivo con la información obtenida de Verified by GS1.

“Cuando se agrega a la lista un producto que se revisó primero en Verified by GS1, se tiene la confianza de que su GTIN se atribuyó usando las Reglas de asignación de GTIN,” observó Kamanlı. “Como resultado, a partir de entonces, se reduce la cantidad de consultas de validación que se deben realizar y hay mayor confianza en todos los intercambios de datos automáticos que se realizarán con ese producto”.

El uso de Verified by GS1 en Migros aún está en progreso, pero la compañía está avanzando decididamente y viendo resultados. Recientemente, los ejecutivos de la compañía comenzaron a recibir informes automatizados de los sistemas analíticos comerciales que indican, por ejemplo, el porcentaje de productos con datos completos y precisos. Migros está comprometido a esta visión de datos de productos confiables.

Revelaciones obtenidas al ser ellos mismos propietarios de marcas

Migros consideró que era justo aplicar las reglas a sí mismo, por lo que también actualizó todos sus productos privados de consumo no duraderos a Verified by GS1. Esto les reveló que están pidiendo a los propietarios de las marcas que hagan.

Kamanlı dijo: “Solamente nos tomó una semana obtener los datos necesarios sobre los productos de nuestra propia marca, porque los campos requeridos son muy sencillos y disponibles de forma inmediata. El aspecto que ocupó más tiempo fue adaptar las fotografías de los productos al formato correcto y subirlas al servidor. GS1 Turquía fue de gran ayuda durante esa parte del proceso”.

A la espera

Migros espera que pronto ocurra un verdadero punto de inflexión donde haya más datos en el sistema. Por eso Kamanlı es un gran evangelista del servicio siempre que habla con propietarios de marcas: entre más productos haya en Verified by GS1, será mejor y más útil para todos los que lo utilicen.

En una visión a largo plazo, Kamanlı considera que deberíamos imaginar a las máquinas comunicándose entre sí de manera automática, transfiriendo datos perfectamente precisos y completamente actualizados entre socios comerciales, para el beneficio de los consumidores en todas partes.

“Una vez que los datos de los productos superen lo que se puede indicar en una etiqueta, una vez que pase de la repisa física a una digital, los propietarios de marcas podrán expresarse mucho mejor. Podrán contar su historia a los consumidores, explicar qué los diferencia. Como minorista, simplemente les estamos ofreciendo una vía para que compartan ese mensaje con sus consumidores. Es por eso que estamos tan comprometidos con Verified by GS1: Es una excelente forma para ayudar a las marcas a hablar con los compradores.”

Los beneficios de Verified by GS1

Para las marcas



Proceso simplificado de las listas y menor tiempo para comercializar

Para los minoristas



Menores tiempos y costos para obtener y verificar los datos

Para los consumidores



Más información confiable del producto



Visibilidad y revelaciones de la calidad de los datos



Procesos comerciales optimizados



Mayor satisfacción y menos devoluciones

