

## GS1 Digital Link dovodi barkod na Internet

Autor: Robert Beideman

Potrošači diljem svijeta više no ikada pomoću svojih pametnih telefona skeniraju proizvode kako bi saznali više o onome što kupuju ili planiraju kupiti. Na žalost, ponekad skeniranje može dovesti samo do jedne Facebook stranice, nevažeće *web* poveznice ili do *web* stranice s nepotpunim ili nepostojećim informacijama. To je velika šteta budući da danas postoje toliko mogućnosti *online* spajanja s potrošačima.

No, GS1 Digital Link može pomoći. Novi standard za *web* barkodove, kojeg je razvila skupina *IT providera*, trgovaca, vlasnika robnih marki, tehnoloških stručnjaka i drugi (uz poticaj i potporu GS1, globalne, neprofitne organizacije za standarde), obećaje poboljšati iskustvo kupnje za potrošače diljem svijeta, jačajući odanost brandu, poboljšavajući sljedivost i efikasnost u opskrbnom lancu te dovodeći mobilno skeniranje u 21. stoljeće.



Kako GS1 Digital Link funkcionira? Slično kao što *web* adresa (URL) vodi do specifične *web* stranice, GS1 Digital Link omogućuje povezivanje svih B2B i B2C informacija. Također, umjesto da je ograničen na jednu vrstu nositelja podataka poput tradicionalnih barkodova, robne marke sada mogu koristiti QR kod, radio-frekvencijsku tehnologiju (RFID) ili komunikaciju bliskog polja (engl. Near-Field Communication, NFC) kako bi dovele informacije do svojih kupaca.

Na primjer, jednostavnim očitanjem QR koda pomoću pametnog telefona potrošači mogu imati pristup širokom spektru informacija o proizvodu, od dimenzija i slika do rokova trajanja, nutritivnih informacija, podataka o garancijama, uputa za korištenje, pa čak i poveznica do društvenih mreža. Mogu kupovati i naručivati proizvode, skupljati bodove iz programa lojalnosti i "dijeliti" proizvode sa svojim prijateljima na društvenim mrežama.

Nadalje, kako uspoređivanje cijena nastavlja biti jedno od ključnih pitanja s kojima se susreće maloprodajna zajednica danas, GS1 Digital Link standard će omogućiti maloprodajnim trgovinama da šalju obavijesti izravno na pametne telefone kupaca kada on skenira proizvod, time mu nudeći kupone, mogućnost uspoređivanja cijena i druge poticaje na kupnju na licu mjesta.

"Utjecaj će biti golem, dvije milijarde pametnih telefona potrošača već sada mogu skenirati kodove, a kupci već sada u ogromnoj mjeri digitalno istražuju fizičke proizvode, što se vidi u velikom porastu korištenja QR kodova", kaže Dominique Guinard, tehnički direktor i suosnivač tvrtke EVERYTHING. Guinard je i član radne skupine za razvoj GS1 Digital Link standarda. "Ovaj novi standard znači da se svaki od četiri trilijuna proizvoda proizvedenih svake godine može automatski povezati s *webom*. Nadamo se da će GS1 Digital Link povećati lojalnost potrošača i povećati cjeloživotnu vrijednost proizvoda."

Guinard napominje da je u Švedskoj jedan maloprodajni lanac iskoristio GS1 Digital Link kako bi implementirao serijalizirane kodove koje za određene proizvode zahtijeva zakon, dok u SAD-u veliki maloprodajni lanci traže nove standarde za bolju sljedivost. Drugi veliki trgovci u tekstilnoj i drugim industrijama diljem svijeta također su, iz različitih razloga, pokazali interes za ovaj novi standard.

---

Što se tiče efikasnosti opskrbnog lanca, GS1 Digital Link nudi izvanredne mogućnosti. Na primjer, GS1 identifikatori mogu pomoći komunicirati važne sigurnosne informacije o proizvodima, kao i upute za ispravno rukovanje, transport i odlaganje. Trgovci mogu također koristiti ovaj standard u procesu slanja upozorenja o skorašnjem isteku roka trajanja, s ciljem smanjenja nepotrebnog otpada i troškova. Također, GS1 Digital Link će omogućiti prikupljanje fotografija u skladištima kako bi se osiguralo da je točan proizvod u točnoj količini poslan u točno vrijeme i na točnu adresu.

No, možda najvažnije, standard poboljšava rješenja za sljedivost omogućujući kodiranje i identifikaciju specifičnog proizvoda u slučaju opoziva. U nedavnom slučaju opoziva mlijeka za dojenčad u Europi, tisuće sigurnih proizvoda moralo je biti povučeno s polica i uništeno samo zato što specifični brojevi šarži nisu bili dostupni maloprodajnim trgovinama, što je rezultiralo u značajnom financijskom gubitku i dovelo do velike štete samom *brandu*.

Uvođenje GS1 Digital Linka ne znači da će se korištenje tradicionalnih 1D GS1 barkodova promijeniti. Baš obrnuto, trgovci će nastaviti koristiti taj standard još mnogo godina, no sada postoji mogućnost da se jednom u budućnosti prijeđe na jedinstven *web*-omogućen barkod.

Sa GS1 Digital Link standardom, nema potrebe za velikim dodatnim investiranjem, što je dobra vijest za proizvođače koji polako mogu početi s procesom osiguravanja da njihovi postojeći QR i ostali kodovi sadrže globalno jedinstven identifikator proizvoda koji je registriran kod GS1. S vremenom, proizvođači mogu dodati još podataka i međunarodnih linkova na svoje proizvode, osobito kako ih registriraju kod GS1. Moguće je započeti proces približavanja svojih proizvoda *webu* i mobilnim uređajima pomoću samo malog ulaganja.

###