

Verified by GS1 Estudo de caso

Migros Turquia: o varejista como elo entre a marca e o consumidor

Os Supermercados Migros, pioneiro renomado no mercado na adoção de novas tecnologias e na excelência em serviço, já estão trabalhando com o Verified by GS1.



Desafio

Como muitos varejistas, a rede turca de supermercados Migros quer ter acesso a todos os dados disponíveis; para que possam gerenciar seus processos internos de forma mais eficiente e oferecer uma melhor experiência de compra ao consumidor, gerando mais confiança, satisfação e fidelidade.

Solução

A Migros encontrou uma forma segura e confiável de consultar os produtos que comercializam em uma única fonte, solicitando aos proprietários de marcas que cadastrem seus produtos no Verified by GS1.

Benefícios

A empresa já percebeu que consegue listar seus produtos com mais segurança e rapidez, mantendo todos os dados atualizados em seu sistema.

A Migros é a rede de supermercados líder na Turquia, com mais de 2.300 lojas de varejo e quatro plataformas de comércio eletrônico. Há uma loja da Migros em todas as cidades da Turquia.

A Migros sempre foi líder e pioneira em inovação no setor do varejo. No início dos anos 1990, eles foram os primeiros varejistas na Turquia a utilizar os códigos de barras GS1 em seus produtos, incentivando com isso todo o setor a utilizar os padrões GS1 na cadeia de suprimentos. A empresa também é membro ativo do Consumer Goods Forum (CGF), e Ozgur Tort, CEO da Migros, é atualmente copresidente do CGF e membro do Conselho de Administração GS1.



Os consumidores devem ter acesso a dados precisos sobre os produtos

A Migros vê os varejistas como o elo entre os proprietários de marcas e os consumidores, com o dever de fornecer aos clientes dados de produtos da forma mais precisa e atualizada possível. Como parte desse compromisso, eles encontraram ao longo dos anos várias formas de aprimorar seus processos e melhorar sua interação com parceiros comerciais.

Por exemplo, como muitos varejistas, a Migros enfrenta problemas quando um proprietário de uma marca reaproveita um antigo GS1 GTIN (Número Global de Item Comercial) em um novo produto. Isso parece algo sem importância, até que o novo produto seja lido no sistema do varejo como as informações do produto antigo, que permanece na base de dados do varejista.

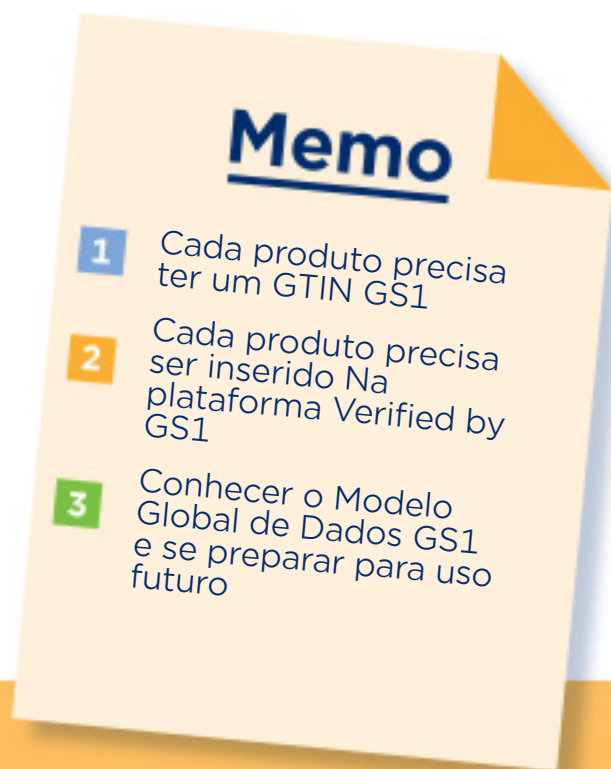
Na melhor das hipóteses, isso cria apenas certa confusão; mas esse tipo de problema de identidade de produto também pode interromper o fluxo de pagamento, atrasar a reposição do produto e causar desperdício de tempo de funcionários, tanto no varejista quanto no proprietário da marca.

“Tivemos problemas no passado com discrepâncias de GTIN”, disse Ethem Kamanli, Diretor de Soluções de Cadeia de Suprimentos da Migros: “sempre leva um certo tempo para descobrirmos o que aconteceu e, em seguida, tomarmos as medidas necessárias para corrigir o problema. Nós brincamos dizendo ‘o caso do produto misterioso’, e essa é a razão do Verified by GS1 ser tão importante para nós.”

Colaboração baseada em padrões

A Migros está totalmente comprometida com a qualidade de dados dos produtos. Por isso, em 2019, a empresa enviou uma solicitação a todos os proprietários de marca que comercializavam produtos nas lojas da Migros.

“Recebemos três pedidos”, lembra Kamanli: 1. Todo produto deve ter um GTIN, devidamente licenciado pela GS1, e criado de acordo com as Regras de alocação da organização. 2. Cada produto também deve ser inserido na plataforma Verified by GS1 – não só os novos produtos, como os já existentes. 3. Todos devem se familiarizar com o Modelo Global de Dados da GS1 e se preparar para implementá-lo em um futuro próximo”.



“ Como varejistas, somos o elo entre os proprietários de marcas e os consumidores. É fundamental fornecermos aos consumidores os dados mais precisos possíveis sobre cada produto.

— Ethem Kamanli, Diretor de Soluções de Cadeia de Suprimentos, Migros Ticaret A.Ş.

“Fazer isso da forma correta requer um esforço conjunto entre os proprietários de marcas e os varejistas.

— Ethem Kamanli, Diretor de Soluções de Cadeia de Suprimentos, Migros Ticaret A.Ş.

Verificação rápida e eficiente

A Migros já percebeu claramente o valor que o Verified by GS1 traz ao processo de inclusão de itens em seus sistemas.

Ao listar um novo item, a equipe da Migros agora compara os dados que possuem com as informações extraídas do Verified by GS1.

“Quando você lista um produto que consultou pela primeira vez no Verified by GS1, você tem a certeza de que seu GTIN foi atribuído de acordo com as Regras de alocação de GTIN”, observa Kamanli. “Com isso, você reduz o número de consultas de validação e tem muito mais segurança em todas as trocas automáticas de dados sobre o produto.”

A implantação do Verified by GS1 na Migros ainda está em andamento, mas a empresa está avançando confiante e vendo resultados. Os executivos da empresa já começaram a receber relatórios automatizados do sistema de análise de negócios, indicando, por exemplo, o percentual de produtos com dados completos e precisos. A Migros está comprometida com essa visão de dados confiáveis dos produtos.

O que aprendemos como proprietários de marca

A Migros percebeu que eles mesmos deveriam entrar na regra e cadastrar os produtos de marca própria no Verified by GS1. Isso deu a eles uma ótima visão do que estão pedindo aos seus fornecedores.

Kamanli diz: “Levamos apenas uma semana para reunir os dados necessários sobre nossos produtos de marca própria, porque os campos obrigatórios são todos dados muito simples e prontamente disponíveis. A parte mais difícil do processo é colocar no sistema as fotos no formato correto. A GS1 Turquia ajudou muito nessa parte do processo”.

Aguardando

A Migros acredita que uma mudança aconteça num curto espaço de tempo, à medida que mais dados forem inseridos na plataforma. É por isso que Kamanli defende e sempre enfatiza aos proprietários de marcas que quanto mais produtos forem cadastrados no Verified by GS1, melhor e mais poderosa será essa ferramenta para todos os usuários.

Como uma visão de longo prazo, Kamanli diz que devemos imaginar todos os sistemas interligados e conversando automaticamente entre si, transferindo dados precisos e totalmente atualizados entre os diversos parceiros comerciais, para benefício dos consumidores e em todos os lugares.

“A partir do momento que os dados de um produto forem além do que está no rótulo e saírem do ponto de venda físico para o digital, os proprietários de marcas terão muito mais possibilidades para fazerem uma comunicação eficiente. Eles poderão contar a história da marca aos consumidores e explicar o que os diferencia. Como varejista, somos apenas um meio para que compartilhem essas informações com os consumidores. É por isso que estamos tão comprometidos com o Verified by GS1, pois é uma excelente forma de ajudar as marcas a falarem com os seus consumidores.”

Benefícios do Verified by GS1

Para Marcas



Processo de cadastro simplificado e mais agilidade para entrada no mercado

Para Varejistas



Tempo e custos reduzidos para coletar e verificar dados

Para Consumidores



Informações mais confiáveis sobre o produto



Visibilidade e percepção da qualidade de dados



Processos comerciais otimizados



Maior satisfação e menos devoluções

Sobre A Migros

A Migros Ticaret, fundada em 1954, é a empresa líder de supermercados da Turquia. A Migros oferece uma ampla gama de produtos para atender às diferentes necessidades de seus clientes por meio de suas lojas (MigrosJet, Migros, MM, MMM, 5M, Migros Wholesale), hipermercados e canais de comércio eletrônico (Migros Sanal Market, Migros Hemen, Macroonline e Tazedirekt), em 81 províncias da Turquia.

Integrando seus 66 anos de experiência no varejo a todos os processos do negócio com a transformação digital, a Migros oferece uma experiência de compra única por meio da inovação, qualidade de serviços e pioneirismo. A Migros é a maior vendedora de alimentos frescos do setor varejista na Turquia, especializada em frutas, verduras, carnes vermelhas, aves e ovos. A Migros também tem como objetivo atender as necessidades básicas das famílias com o melhor preço e a melhor qualidade.

A Migros é a primeira e única varejista a ser listada no Índice de Sustentabilidade Borsa Istanbul por sete anos consecutivos. Além disso, esteve por três anos entre os "Líderes climáticos do CDP da Turquia" e foi classificada entre os líderes do Programa de Água do CDP em 2020. Recebeu o prêmio "A Empresa Mais Admirada do Setor de Varejo" por 17 anos consecutivos, associado à pesquisa "As Empresas Mais Admiradas da Turquia".

www.migroskurumsal.com

Sobre a GS1

A GS1 Brasil - Associação Brasileira de Automação, é uma organização multissetorial, neutra e sem fins lucrativos, que desenvolve e mantém padrões globais para uma comunicação empresarial eficiente. Somos mais conhecidos pelo código de barras, apontado pela BBC como uma das "50 inovações que transformaram a economia mundial." Nossos padrões ajudam a melhorar a eficiência, segurança e visibilidade de toda cadeia de suprimentos em canais físicos e digitais, em mais de 25 setores. Nosso alcance - presentes em 115 países, mais de dois milhões de empresas associadas e 6 bilhões de transações diárias - ajudamos a garantir uma linguagem comum que oferece suporte a sistemas e processos em todo mundo.

www.gs1.org

Sobre o Verified by GS1

O Verified by GS1 é uma plataforma de dados de produtos que ajuda as empresas a descobrirem: "É esse o produto que estou procurando?" Os proprietários de marcas usam o Verified by GS1 para associar sete atributos básicos a cada um de seus produtos: GTIN (Número Global de Item Comercial), marca, descrição, URL da imagem, GPD (Classificação Global de Produtos), conteúdo líquido, unidade de medida e país de venda. Com a ajuda do Verified by GS1, os proprietários de marcas, varejistas e marketplaces podem oferecer aos consumidores uma melhor experiência de compra com dados confiáveis, gerando segurança, satisfação e fidelidade e, ao mesmo tempo, trazendo mais eficiência e crescimento para os negócios.

www.gs1.org/verified-by-gs1

Sobre o Modelo Global de Dados GS1

O Modelo Global de Dados GS1 tem o desafio de gerenciar diferentes formatos de dados para diferentes compradores, vendedores, mercados e canais, simplificando e compatibilizando os dados de produtos compartilhados global e localmente. Isso é possível através da identificação de um conjunto globalmente definido de atributos básicos, necessários para listar, solicitar, transportar, armazenar e vender um produto, digital ou fisicamente. E o resultado disso? Os proprietários de marcas e varejistas conseguem mais eficiência operacional, e os consumidores obtêm mais transparência e uma experiência de compra melhor e mais integrada.

www.gs1.org/globaldatamodel



Estamos comprometidos com o Verified by GS1, porque é uma excelente forma de ajudar as marcas a falarem com seus clientes".



— Ethem Kamanli, Diretor de Soluções de Cadeia de Suprimentos, Migros Ticaret A.Ş.