

GDSN w sieci Carrefour

Jako jeden z największych międzynarodowych detalistów, firma Carrefour wykorzystuje Sieć Globalnej Synchronizacji Danych (GDSN) we współpracy z partnerami handlowymi w celu uproszczenia sposobu komunikacji na poziomie globalnym, jak również w celu stałej poprawy jakości danych potrzebnych do udostępniania kupującym. Wpływ, jaki wywarło wdrożenie systemu GDSN można zaobserwować w prawie każdym aspekcie codziennej działalności biznesowej, a jest nim wsparcie dla organizacji zmagających się ze stale rosnącymi oczekiwaniami względem danych produktowych.

Firma Carrefour była jedną z pierwszych, która zdała sobie sprawę z potencjału jaki GDSN będzie mieć dla dalszego jej rozwoju

Carrefour France była jedną z pierwszych firm, która przyłączyła się do projektu GS1 GDSN. *“Chodziło o uproszczenie wymiany danych z producentami”* - wyjaśnia Marina Guégan, Dyrektor IT ds. Danych w firmie Carrefour. W celu zrealizowania tego założenia, firma Carrefour najpierw wybrała partnerów handlowych, z którymi rozpoczęła prace pilotażowe. W przeciągu roku dane produktowe dla części katalogu spożywczego oraz produktów szybko zbywalnych (spokrewnionych z branżą spożywczą) zostały zintegrowane w GDSN, podczas gdy inne nadal wymagały ręcznego wprowadzenia w oparciu o arkusze kalkulacyjne Microsoft. W celu przeniesienia pozostałej części katalogu do systemu GDSN, firma Carrefour nawiązała współpracę z organizacją GS1, w ramach której zarówno dostawcy, jak i wewnętrzni interesariusze zostali zaangażowani w komunikację, wdrożenie oraz propagowanie wiedzy na temat usprawnień możliwych dzięki GDSN.



W skrócie

Firma: Carrefour

Typ: Sieć detaliczna

Sektory: FMCG, produkty spożywcze i inne

“Rozwiązanie GDSN oznacza mniej błędów człowieka. Co więcej, wcześniej za sprawą częstej wymiany danych trudno było ustalić źródło błędu. Teraz, dostawcy czują się częścią procesu udostępniania danych produktowych”

Marina Guégan
Dyrektor IT ds. Danych
Carrefour



Automatyzacja w oparciu o GDSN przynosi ogromne oszczędności czasu



8-10 min

Na potwierdzenie karty produktowej

Prawie zero min

Na kartę produktową

Pomnożone przez tysiące produktów

Wdrożenie rozwiązania GDSN przynosi firmie Carrefour 8-10 minut oszczędzonego czasu na produkt

Takie usprawnienia zostały wdrożone dzięki rozwiązaniu GDSN, które gwarantuje rzetelną jakość danych wprowadzonych do systemu. Sieć nie musi już sprawdzać kompletności lub poprawności bazowych atrybutów na kartach produktowych, a zamiast tego może skupić się na samych danych. Przed wdrożeniem rozwiązania GDSN, wymiana informacji pomiędzy firmą Carrefour i jej dostawcami miała miejsce co najmniej 3-4 razy w każdą stronę, zanim wypracowano właściwą kartę produktową.

“Często bywa tak, że nasi mniejsi i średni partnerzy handlowi uważają wdrożenie GDSN za zbyt techniczne i nie dla ich małych organizacji, co nie jest prawdą. Założeniem współpracy w ramach GDSN jest stawianie ludzi przed danymi. Dla przykładu, ustaliśmy z naszymi producentami konkretne atrybuty, które będą wprowadzać, gdyż te akurat są ważne dla naszych konsumentów”

Thierry Villate

Kierownik ds. pozyskiwania danych
Carrefour

GDSN daje możliwość wdrożenia usprawnień dla całego wachlarza produktów i współpracy z przedsiębiorstwami, których wielkość nie ma znaczenia.

Rok po roku firma Carrefour rozszerzyła zasięg wdrożenia GDSN o kolejnych partnerów handlowych - koncentrując się teraz nie tylko na większych dostawcach, ale również tych średnich i małych - w celu większego usprawnienia procesu pozyskiwania danych. Obecnie firma Carrefour rejestruje w swoich bazach do 322 000 produktów rocznie, co daje ponad milion produktów od rozpoczęcia projektu.

Carrefour usprawnił też proces planowania. Nowe atrybuty mogą być udostępnione z wyprzedzeniem do użycia przy nowych kartach produktowych. To z kolei daje wszystkim partnerom handlowym możliwość wprowadzenia nowych produktów szybciej i łatwiej.

GDSN umożliwia organizacjom lepsze usystematyzowanie danych produktowych i poprawienie ogólnej jakości danych. W przypadku gdy partner handlowy odnotowuje ponadprzeciętny wskaźnik błędów, wówczas Carrefour może łatwo zidentyfikować problem i podjąć działanie wraz z partnerem w celu usunięcia błędów oraz poprawienia jakości ich danych produktowych w dłuższej perspektywie czasu.



Nawet
322,000
nowych produktów
rocznie



Ponad
1,000,000
produktów od
początku projektu

Nowi partnerzy handlowi mogą teraz łatwo i szybko wprowadzać nowe produkty na rynek



GDSN pozwolił platformom sprzedażowym na udostępnienie swoim klientom rzetelnych danych produktowych

Obecnie wykorzystanie danych produktowych wyszło już poza łańcuch dostaw. Dokładne informacje nie są już istotne tylko w ramach współpracy z partnerami handlowymi – dziś docierają do samego konsumenta. Za pomocą GDSN, informacje o produktach płynnie przepływają pomiędzy producentem a detalistą, a następnie za pośrednictwem lokalnego sklepu lub platformy sprzedażowej do odbiorcy docelowego. GDSN wspiera kanały sprzedażowe przebiegające pomiędzy podmiotami gospodarczymi a konsumentami poprzez zapewnienie dostępu do bazowych atrybutów produktowych zawierających informacje takie jak rozmiar, waga, skład, itp. jak również dane cyfrowe takie jak opis produktu, obrazy. Nowy zakres atrybutów pozwala firmie Carrefour na realizowanie założeń Programu Poprawy Jakości Żywności “Act for Food” oraz na stawienie czoła nowo wyłaniającym się wyzwaniom stawianym przez współczesną rzeczywistość cyfrową.

GDSN stanowi napęd cyfrowej transformacji firmy Carrefour, która dała konsumentom możliwość podejmowania decyzji w oparciu o rzetelne informacje na temat produktu, którego zakup rozważają poprzez ułatwienie podmiotom handlowym przesyłania i pozyskiwania wysokiej jakości danych produktowych. Dzisiaj jeszcze bardziej niż kiedyś, dane stanowią klucz do sukcesu w handlu wielokanałowym oraz mogą mieć decydujący wpływ na sprzedaż i satysfakcję konsumenta.

Gdy dane produktowe są dostępne i precyzyjne, Twoja firma zyskuje czas

Chcesz dowiedzieć się więcej o GDSN? **Skontaktuj się w sprawie baz danych**

***Kilka słów o inicjatywie firmy Carrefour na rzecz poprawienia jakości żywności Act for Food**

MISJA CARREFOUR JEST ZAPEWNIENIE KLIENTOM DOSTĘPU DO WYSOKIEJ JAKOŚCI USŁUG, PRODUKTÓW ORAZ ŻYWNOCI, KTÓRA JEST DOSTĘPNA DLA WSZYSTKICH W KAŻDYM Z KANAŁÓW DYSTRYBUCJI. DZIĘKI RZETELNEJ WIEDZY PRACOWNIKÓW, ODPOWIEDZIALNYM I WIELOKULTUROWYM PODEJŚCIU, SZEROKIM ZASIĘGU DZIAŁAŃ, UMIEJĘTNOŚCI DOSTOSOWYWANIA SIĘ DO SPOSÓBÓW PRODUKCJI I KONSUMPCJI, AMBICJĄ CARREFOUR JEST BYCIE LIDEREM W DZIEDZINIE TRANSFORMACJI BRANŻY SPOŻYWCZEJ NA RZECZ KAŻDEGO KONSUMENTA.

GS1 Polska

ul. Estkowskiego 6, 60-755 Poznań
T 61 62 81 590 | **F** +61 62 81 591 | **E** biuro@gs1pl.org
www.gs1pl.org