

Το ψηφιακό διαβατήριο προϊόντος αποδίδει ήδη σήμερα

Γιατί οι μάρκες μόδας δεν πρέπει να περιμένουν μέχρι το 2029 για να αρχίσουν να καταγράφουν και να δημοσιεύουν τα «διαβατήρια» των προϊόντων τους, και τι σημαίνει αυτό σε ευρώ.

- **Θέμα:** Οικονομική αποδοτικότητα και οφέλη μάρκετινγκ των ψηφιακών δελτίων προϊόντων πριν από την έναρξη της υποχρεωτικής εφαρμογής από την ΕΕ
- **Σε ποιους απευθύνεται:** Διοίκηση, μάρκετινγκ, διαχείριση προϊόντων, προμήθειες, βιωσιμότητα και πληροφορική σε εταιρείες ενδυμάτων και κλωστοϋφαντουργίας
- **Περιλαμβάνει:** Πρότυπο υπολογισμού με δημοσιοποιημένες παραδοχές, χάρτη δεδομένων, μοντέλο φάσεων, σχέδιο 90 ημερών
- **Ημερομηνία:** Σεπτέμβριος 2026
- **Υπολογιστής Excel:** Διατίθεται, για την εισαγωγή δικών σας δεδομένων και τη δημιουργία εξατομικευμένων υπολογισμών
- **Σημείωση:** Παράδειγμα υπολογισμού για ενημερωτικούς σκοπούς. Δεν αποτελεί νομική, φορολογική ή επενδυτική συμβουλή.

Δείκτης	Τιμή
Σήμανση ανά τεμάχιο σήμερα	0,50 €
Σήμανση ανά τεμάχιο με ψηφιακό δελτίο προϊόντος	0,20 €
Ετήσια εξοικονόμηση	110.790 €

Υπολογιστικό μοντέλο για μια μάρκα με ετήσιες πωλήσεις 250.000 τεμαχίων. Όλες οι παραδοχές παρατίθενται στο Κεφάλαιο 3 και στο Παράρτημα και μπορούν να αντικατασταθούν με τα δικά σας στοιχεία.

Γκούντερ Ράιχελτ, μηχανικός κλωστοϋφαντουργίας, επιχειρηματίας με πάθος, πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου της Transpareo. Αύγουστος/Σεπτέμβριος 2026.

Contents

Γιατί δεν πρέπει να περιμένετε	4
Αυτό που θα ήθελα να σας δείξω σε αυτό το έγγραφο	4
Ο λογαριασμός σε μία σελίδα	5
Αυτό που με έπεισε περισσότερο	6
1) Αρχική κατάσταση: Η υποχρέωση αναμένεται να τεθεί σε ισχύ το 2029, ενώ τα οφέλη θα γίνουν αισθητά αμέσως	7
1.1) Το χρονοδιάγραμμα, όπως το ονομάζει η ίδια η Επιτροπή	7
1.2) Η ευκαιρία που κρύβεται πίσω από την υποχρέωση	7
1.3) Πόσο κοστίζει η αναμονή	8
2) Ποια δεδομένα διαθέτετε ήδη σήμερα	9
2.1) Ταυτοποίηση προϊόντος και βασικά χαρακτηριστικά	9
2.2) Υλικά, νήματα και ποιότητες	10
2.3) Φροντίδα, χρήση, επισκευή	11
2.4) Προέλευση, παραγωγή και αλυσίδα εφοδιασμού	11
2.5) Πιστοποιητικά, συμμόρφωση, βιωσιμότητα	12
2.6) Εμπορικές πληροφορίες: το υποτιμημένο κομμάτι	13
3) Τα οικονομικά οφέλη της μετάβασης	13
3.1) Η εταιρεία-πρότυπο	14
3.2) Η φυσική σήμανση σήμερα	14
3.3) Φυσική σήμανση με δελτίο προϊόντος	15
3.4) Τρία σενάρια	16
3.5) Τι θα συμβεί με τη σήμανση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων	16
3.6) Έμμεσα έξοδα διαδικασίας και επακόλουθα έξοδα	17
3.7) Επιστροφές, ο σημαντικότερος μεμονωμένος μοχλός	18
3.8) Συνολικός λογαριασμός, συμπεριλαμβανομένων των εξόδων της πλατφόρμας	19
3.9) Εάν διεξάγετε περισσότερες από δύο συλλογές το χρόνο	20
4) Ο ρόλος του «διαβατηρίου προϊόντος» στο μάρκετινγκ	21
4.1) Το μοναδικό σημείο επαφής με πλήρη εμβέλεια	21
4.2) Συνδυασμοί και διασταυρούμενες πωλήσεις	21
4.3) Εκδηλώσεις, κοινότητα, εμπειρία μάρκας	22
4.4) Το εργαλείο δημιουργίας δυνητικών πελατών	22
4.5) Προστασία εμπορικών σημάτων και κατά της παραποίησης/απομίμησης	24
4.6) Δευτερογενής αγορά και διατήρηση της αξίας	25
4.7) Πολυγλωσσία και προσβασιμότητα	25
5) Τα οφέλη για τον οργανισμό σας	26
5.1) Απλά ξεκινήστε με ό,τι είναι προσιτό	26
5.2) Εισαγωγή δεδομένων και σύνδεση, και γιατί η κατεύθυνση έχει σημασία	27
5.3) Το σύνολο των δεδομένων ως αυτόνομη αξία	28
5.4) Δείκτες που θα πρέπει να παρακολουθείτε από την πρώτη μέρα	29
6) Από το δελτίο προϊόντος στο μητρώο της ΕΕ: μια τυπική διαδικασία	29

6.1) Τι κάνει στην πραγματικότητα το μητρώο	29
6.2) Οι τέσσερις αντιρρήσεις που ακούω πιο συχνά	30
6.3) Κίνδυνοι, που αναφέρονται ρητά	31
6.4) Σχετικά με την επιλογή του παρόχου	32
7) Οι πρώτοι 90 ημέρες	32
7.1) Τρία πράγματα που θα ήθελα να σας μεταφέρω	33
Παράρτημα: Συνοπτική παρουσίαση όλων των παραδοχών	34
Σχετικά με τον συγγραφέα	35
Σχετικά με την Transpareo	36

Γιατί δεν πρέπει να περιμένετε

Δημιουργώ επιχειρήσεις εδώ και πάνω από πενήντα επτά χρόνια, εκ των οποίων ένα μέρος στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας και της μόδας. Ως μηχανικός κλωστοϋφαντουργίας - αν και αυτό ήταν πριν από πολύ καιρό - και με ποικίλη επιχειρηματική εμπειρία, γνωρίζω πόσο κοστίζει η προδιαγραφή υλικών και ο συντονισμός των ενδείξεων φροντίδας. Γι' αυτό και γράφω αυτό το κείμενο ως παθιασμένος επιχειρηματίας και ως κάποιος που γνωρίζει τι επιπτώσεις έχει στον προϋπολογισμό μια σατέν κορδέλα με τετραπλή ετικέτα φροντίδας.

Η κατάσταση είναι γνωστή. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στην παρουσίαση της Γενικής Διεύθυνσης GROW στις 27 Μαΐου 2026, ανακοίνωσε την έκδοση της κατ' εξουσιοδότηση πράξης για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα κατά το τρίτο ή τέταρτο τρίμηνο του 2027, καθώς και την υποχρεωτική εφαρμογή του διαβατηρίου προϊόντος το 2029. Γνωρίζω τις συνήθεις αντιδράσεις σε αυτό το θέμα από πολλές συζητήσεις: να περιμένουμε, να παρακολουθούμε, να το ξαναβάλουμε στην ημερήσια διάταξη σε δύο χρόνια.

Θεωρώ ότι αυτό είναι λάθος, και μάλιστα όχι μικρό.

Η χρησιμότητα και η οικονομική αποδοτικότητα του διαβατηρίου προϊόντος δεν εξαρτώνται από την υποχρεωτική εφαρμογή του. Εξαρτώνται από το γεγονός ότι διαθέτετε δεδομένα προϊόντων τα οποία σήμερα εκτυπώνετε με υψηλό κόστος σε υφάσματα, μεταφράζετε με μεγάλη δαπάνη, καταστρέφετε τα υπολείμματα αποθεμάτων και τα οποία κανείς δεν διαβάσει, επειδή η γραμματοσειρά είναι πολύ μικρή. Αυτά τα έξοδα προκύπτουν κάθε μέρα που περιμένετε. Για να μην αναφέρουμε τα οφέλη που σχετίζονται με το μάρκετινγκ.

Αυτό που θα ήθελα να σας δείξω σε αυτό το έγγραφο

Πρώτον: Τα δεδομένα υπάρχουν εδώ και καιρό. Η σύνθεση των υλικών, οι πυκνότητες των νημάτων, οι τύποι υφασμάτων, οι οδηγίες φροντίδας, ο τόπος παραγωγής, το μέγεθος, το χρώμα και οι προτάσεις συνδυασμών βρίσκονται στο PIM σας, στο ERP, στα tech packs και στους φακέλους πιστοποιητικών. Από την εμπειρία μου, περίπου τα τρία τέταρτα ενός πραγματικά χρήσιμου δελτίου προϊόντος μόδας μπορούν ήδη να συμπληρωθούν με τα υπάρχοντα δεδομένα. Δεν χρειάζεται να επινοήσετε τίποτα. Απλώς πρέπει να τα συγκεντρώσετε σε ένα κεντρικό σημείο.

Δεύτερον: Αυτό σας κοστίζει σήμερα πραγματικά χρήματα. Στο υπολογιστικό μοντέλο του κεφαλαίου 3, καταλήγω στο ποσό των 0,50 € ανά ένδυμα μόνο για ετικέτες, κρεμαστές ετικέτες, ένθετα και την τοποθέτησή τους. Από αυτά, μπορούν να εξοικονομηθούν ρεαλιστικά 0,30 €, δηλαδή 75.000 € ετησίως, με 250.000 τεμάχια το χρόνο. Αν προσθέσουμε τα έξοδα μετάφρασης, την απόρριψη των υπολειμμάτων ετικετών, την επανετικέτωση και μια πολύ συντηρητική εκτίμηση για τη μείωση των επιστροφών, το συνολικό ποσό ανέρχεται στα 110.790 € ετησίως. Αυτό

αντιστοιχεί σε 0,44 € ανά πωλημένο τεμάχιο. Πρόκειται για ένα υποθετικό υπολογισμό. Εσείς διαθέτετε τα πραγματικά στοιχεία, τα οποία θα είναι περίπου τα ίδια.

Τρίτον, και αυτό είναι για μένα το πιο σημαντικό: ο κωδικός QR στο ρούχο είναι ο μόνος τρόπος που φτάνει πραγματικά σε όλους τους πελάτες σας. Όχι μόνο οι συνδρομητές του ενημερωτικού δελτίου, όχι μόνο οι διαδικτυακοί αγοραστές, αλλά και η γυναίκα που αγόρασε το φόρεμά σας στο πολυκαταστήμα στην Αμβέρσα και για την οποία δεν γνωρίζετε τίποτα μέχρι σήμερα. Στον υπολογισμό που έκανα ως παράδειγμα, πρόκειται για 150.000 τεμάχια ετησίως, τα οποία μέχρι τώρα εξαφανίζονται χωρίς ίχνος από την αγορά. Για τις μεγαλύτερες μάρκες, ο αριθμός αυτός ανέρχεται σε εκατομμύρια.

Τέταρτον: Η καταχώριση στο μητρώο της ΕΕ θα αποτελεί, όταν έρθει η ώρα, μια απλή διαδικασία. Το μητρώο λειτουργεί από τις 20 Ιουλίου 2026 και αποθηκεύει κωδικούς αναγνώρισης και μεταδεδομένα· δεν αποθηκεύει όμως τα ίδια τα δελτία προϊόντων, κάτι που συχνά παρερμηνεύεται. Τα πραγματικά δεδομένα παραμένουν στον οικονομικό φορέα ή στον πάροχο υπηρεσιών του. Η Transpareo πληροί πλήρως τα εναρμονισμένα πρότυπα που αναφέρονται στην Εκτελεστική Απόφαση (ΕΕ) 2026/1736, η οποία δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Ενώσεως στις 15 Ιουλίου 2026. Όταν τεθεί σε ισχύ η υποχρέωση, η διαδικασία θα ολοκληρωθεί για εσάς σε λίγα λεπτά. Η Transpareo το αναλαμβάνει αυτόματα εκ μέρους σας.

Ο λογαριασμός σε μία σελίδα

Εταιρεία-πρότυπο: Μάρκα ενδυμάτων, ετήσιες πωλήσεις 250.000 τεμαχίων, περίπου 1.200 συνδυασμοί ειδών και χρωμάτων, διανομή σε εννέα γλωσσικές περιοχές της ΕΕ, 40% άμεσες πωλήσεις μέσω διαδικτύου. Όλες οι παραδοχές γνωστοποιούνται και μπορούν να αντικατασταθούν με τα δικά σας στοιχεία.

Κατηγορία οφέλους	Ετήσιο αποτέλεσμα	Τύπος
Ετικέτες, κρεμαστές ετικέτες, ένθετα, συσκευασία	75.000 €	Εξοικονόμηση κόστους
Μετάφραση, επανετικετοποίηση, απόρριψη, υπηρεσίες	24.790 €	Εξοικονόμηση κόστους
Επιστροφές, υπολογισμένες μόνο για ένα εκατοστιαίο σημείο	11.000 €	Εξοικονόμηση κόστους
Ενδιάμεσο άθροισμα εξοικονόμησης κόστους	110.790 €	0,44 € ανά τεμάχιο
Δαπάνες έτους 1 (πλατφόρμα, συλλογή δεδομένων, ενσωμάτωση QR)	-25.000 έως -40.000 €	Επένδυση

Κατηγορία οφέλους	Ετήσιο αποτέλεσμα	Τύπος
Καθαρό αποτέλεσμα ήδη από τον πρώτο χρόνο	+71.000 έως +86.000 €	
Κέρδος από διασταυρούμενες πωλήσεις μέσω του διαβατηρίου προϊόντος	26.325 €	Πρόσθετα έσοδα
7.500 υποψήφιοι πελάτες, εκ των οποίων 4.500 μέχρι τώρα ανώνυμοι πελάτες καταστημάτων	45.000 €	Ισοδύναμο μέσων

Η εξήγηση παρατίθεται στα κεφάλαια 3 και 4. Ως «ισοδύναμο μέσων» νοείται: το κόστος που θα έπρεπε να είχατε δαπανήσει για τον ίδιο αριθμό κατάλληλων υποψήφιων πελατών μέσω πληρωμένων καναλιών. Δεν αποτελεί εισροή χρημάτων και, ως εκ τούτου, παρουσιάζεται ξεχωριστά.

Αυτό που με έπεισε περισσότερο

Για να πω την αλήθεια, δεν ήταν η εξοικονόμηση από τις ετικέτες. Είναι ωραία, αλλά απλώς χρηματοδοτεί το εγχείρημα. Με έπεισε κάτι άλλο.

Τα προϊόντα αποτελούν την καρδιά κάθε επιχείρησης. Παρ' όλα αυτά, τα δεδομένα που αφορούν ακριβώς αυτά τα προϊόντα βρίσκονται διάσπαρτα σχεδόν σε κάθε εταιρεία που γνωρίζω: ένα μέρος στο ERP, ένα μέρος σε λίστες του Excel μεμονωμένων υπαλλήλων, ένα μέρος σε αρχεία PDF από τους προμηθευτές, ένα μέρος στα κεφάλια δύο ατόμων που κάποια στιγμή θα συνταξιοδοτηθούν. Η υποχρέωση έκδοσης «διαβατηρίου προϊόντος» σας αναγκάζει να τα συγκεντρώσετε όλα αυτά. Αυτή είναι η ευκαιρία που πολλές επιχειρήσεις περίμεναν εδώ και χρόνια, χωρίς όμως να την αποκτήσουν ποτέ.

Και όταν αυτά τα δεδομένα συγκεντρωθούν με δομημένο τρόπο σε ένα σημείο, ανοίγονται δυνατότητες που πριν ήταν απλά αδύνατες: μπορείτε να τα ανακτήσετε ανά πάσα στιγμή, είτε στο σύνολό τους είτε τμηματικά, για την εκπαίδευση δικών σας μοντέλων τεχνητής νοημοσύνης, για εφαρμογές με χρήση πράκτορων, για τον προγραμματισμό αγορών και παραγωγής, καθώς και για έρευνα και ανάπτυξη. Χωρίς να δημοσιεύσετε ούτε ένα μόνο πάσο. Περισσότερα σχετικά με αυτό στην ενότητα 5.3.

Η συμβουλή μου, με μία φράση: Ξεκινήστε με τα δεδομένα που διαθέτετε ούτως ή άλλως και στα οποία έχετε πρόσβαση χωρίς να χρειαστεί να τα ζητήσετε. Δημοσιεύστε τα πρώτα καταλόγους με αυτά. Επεκτείνετε τη βάση δεδομένων σας από συλλογή σε συλλογή. Μέχρι να γίνει υποχρεωτική η εφαρμογή, θα έχετε ήδη προβάδισμα δύο έως τριών ετών, και η μετάβαση θα έχει αποσβέσει πολλαπλά το κόστος της μέχρι τότε.

1) Αρχική κατάσταση: Η υποχρέωση αναμένεται να τεθεί σε ισχύ το 2029, ενώ τα οφέλη θα γίνουν αισθητά αμέσως

Ο κανονισμός για τον οικολογικό σχεδιασμό (ΕΕ) 2024/1781 έχει τεθεί σε ισχύ από τον Ιούλιο του 2024. Το 2026 ήταν το έτος κατά το οποίο τέθηκε σε πλήρη λειτουργία η υποδομή: Τον Μάιο δημοσιεύθηκαν οκτώ πρότυπα CEN/CENELEC, στις 15 Ιουλίου έξι από αυτά αναφέρθηκαν ως εναρμονισμένα στην Εφημερίδα της Ενώσεως μέσω της εκτελεστικής απόφασης (ΕΕ) 2026/1736, ενώ το περιεχόμενο των δύο υπόλοιπων είναι γνωστό. Στις 20 Ιουλίου τέθηκε σε λειτουργία το μητρώο της ΕΕ για τα δελτία προϊόντων. Αυτό που λείπει ακόμη είναι οι εξουσιοδοτημένες πράξεις για τις συγκεκριμένες ομάδες προϊόντων.

1.1) Το χρονοδιάγραμμα, όπως το ονομάζει η ίδια η Επιτροπή

Ημερομηνία	Γεγονός	Τι σημαίνει αυτό για εσάς
από τον Ιούλιο του 2026	Αναφορά σε εναρμονισμένα πρότυπα, έναρξη λειτουργίας του μητρώου της ΕΕ	Η τεχνική αρχιτεκτονική είναι έτοιμη. Όποιος ξεκινήσει τώρα, χτίζει πάνω σε σταθερά θεμέλια.
Φεβρουάριος 2027	Πρώτη υποχρέωση για συγκεκριμένες ομάδες μπαταριών σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΕ) 2023/1542	Το προηγούμενο. Από εδώ και πέρα, το δελτίο προϊόντος γίνεται πραγματικότητα στην αγορά.
3ο/4ο τρίμηνο 2027	Αναμένεται η έκδοση της εξουσιοδοτημένης πράξης για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα (DG GROW, 27.05.2026)	Μόνο τότε θα γνωρίζετε τον τελικό κατάλογο των υποχρεωτικών πεδίων. Το περιεχόμενο έχει ουσιαστικά ήδη καθοριστεί.
προβλεπόμενα το 2029	Υποχρεωτική εφαρμογή για κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και ενδύματα	Από εδώ και πέρα, το διαβατήριο προϊόντος αποτελεί προϋπόθεση για την πρόσβαση στην αγορά. Χωρίς δελτίο, δεν υπάρχει πώληση στην ΕΕ.
από σήμερα μέχρι τότε	Δύο έως τρία χρόνια	Αυτό είναι το χρονικό περιθώριο που έχετε. Θα λήξει, και μάλιστα για όλους ταυτόχρονα.

1.2) Η ευκαιρία που κρύβεται πίσω από την υποχρέωση

Θα ήθελα να αναφερθώ εδώ σε μια σκέψη που σχεδόν χάνεται εντελώς στη συζήτηση.

Η υποχρέωση έκδοσης δελτίου προϊόντος θεωρείται ρυθμιστικό βάρος. Δείτε το όμως από την άλλη πλευρά. Καμία επιχείρηση που έχω δει σε πέντε δεκαετίες δεν έχει ξεκινήσει από μόνη της ένα σχέδιο με τίτλο «Συγκεντρώνουμε όλα τα δεδομένα για τα προϊόντα μας σε ένα σημείο». Επιπλέον, οι απαιτήσεις έχουν εξελιχθεί με την πάροδο του χρόνου. Υπήρχαν πάντα πιο επείγοντα

θέματα. Τα δεδομένα παρέμεναν διάσπαρτα: πληροφορίες για τα υλικά στο τμήμα προμηθειών, οδηγίες φροντίδας στη διαχείριση ποιότητας, πιστοποιητικά στον φάκελο συμμόρφωσης, πίνακες μεγεθών στο techpack, προτάσεις συνδυασμών στο τμήμα μάρκετινγκ, διευθύνσεις προμηθευτών στη λογιστική.

Τα προϊόντα αποτελούν την καρδιά κάθε επιχείρησης. Ωστόσο, τα δεδομένα τους αποτελούν το χειρότερα οργανωμένο απόθεμα που διαθέτουν οι περισσότερες εταιρείες, καθώς είναι αποκεντρωμένα. Το «Πιστοποιητικό Προϊόντος» είναι η πρώτη εξωτερική πρωτοβουλία μετά από πολύ καιρό που έχει τη δύναμη να αλλάξει αυτή την κατάσταση και που ταυτόχρονα ανταμείβει την προσπάθεια, καθώς από το αποτέλεσμα μπορούν να αποκομιστούν άμεσα οικονομικά οφέλη και οφέλη στον τομέα του μάρκετινγκ.

Από τα κεντρικά αποθηκευμένα, δομημένα δεδομένα προϊόντων μπορούν να εξαχθούν αναλύσεις και να ληφθούν μέτρα που πριν ήταν απλά αδιανόητα, επειδή κανείς δεν μπορούσε να δει τα δεδομένα με μία ματιά. Ποια ποιότητα νήματος οδηγεί στις λιγότερες καταγγελίες σε τρεις σεζόν; Ποιο βαφείο παρέχει τις πιο σταθερές χρωματικές τιμές; Ποιος συνδυασμός υλικών συσχετίζεται με ποιο ποσοστό επιστροφών; Σε ερωτήσεις αυτού του είδους δεν απαντά κανείς με πέντε αρχεία Excel από τέσσερα τμήματα.

1.3) Πόσο κοστίζει η αναμονή

Πτυχή	Έναρξη σήμερα	Έναρξη μόνο το 2028/2029
Συλλογή δεδομένων	σταδιακά, σύμφωνα με τον ρυθμό των συλλογών, στο πλαίσιο της τρέχουσας λειτουργίας	Το έργο βρίσκεται υπό πίεση χρόνου· η εξωτερική υποστήριξη θα είναι σπάνια και ακριβή το 2028, καθώς όλοι θα ξεκινήσουν ταυτόχρονα
Προμηθευτές	Η παράδοση δεδομένων θα διαπραγματευτεί στις συμβάσεις-πλαίσιο για πολλές περιόδους παραγγελιών	Επαναδιαπραγμάτευση με όλους τους προμηθευτές ταυτόχρονα, χωρίς χρόνο και χωρίς διαπραγματευτικά πλεονεκτήματα
Κόστος ετικετών	μειώνεται από την επόμενη συλλογή	παραμένει αμετάβλητο, στο μοντέλο περίπου 225.000 € σε τρία χρόνια
Μάρκετινγκ	έχει αποτέλεσμα από την πρώτη συλλογή που θα κυκλοφορήσει	παραλείπεται πλήρως μέχρι να καταστεί υποχρεωτικό
Ενσωμάτωση QR	θα πραγματοποιηθεί κατά την ούτως ή άλλως προγραμματισμένη αλλαγή ετικετών, με οριακό κόστος σχεδόν μηδενικό	ξεχωριστή μετάβαση, ενδεχομένως επανειλημμένη τοποίηση των αποθεμάτων
Ανταγωνισμός	Πλεονέκτημα σε περιεχόμενο, δεδομένα πελατών και ποιότητα δεδομένων	Ισοπαλία. Μια υποχρέωση που πληρούν όλοι δεν αποτελεί πλέον επιχείρημα

Αυτό το τελευταίο σημείο είναι σημαντικό για μένα. Από τη στιγμή που το δελτίο προϊόντος θα γίνει υποχρεωτικό, όλοι θα το έχουν. Τότε θα αποτελεί έναν παράγοντα υγιεινής που θα διαθέτουν όλοι. Το πλεονέκτημα υπάρχει αποκλειστικά στο χρονικό διάστημα που είναι ανοιχτό αυτή τη στιγμή.

2) Ποια δεδομένα διαθέτετε ήδη σήμερα

Πριν αρχίσετε να σκέφτεστε τα συστήματα, θα πρέπει να κάνετε μια απογραφή της υπάρχουσας κατάστασης. Οι παρακάτω ανασκοπήσεις δείχνουν τι υπάρχει συνήθως ήδη στις εταιρείες ένδυσης, συνήθως διάσπαρτο σε συστήματα PIM, ERP, Techpack, εργαστηριακές αναφορές, φακέλους πιστοποιητικών, προδιαγραφές προμηθευτών και το ηλεκτρονικό κατάστημα. Πολλά από αυτά πρέπει ήδη σήμερα να διατίθενται σε έντυπη μορφή για το προϊόν.

Συνιστώ να χρησιμοποιήσετε αυτούς τους πίνακες ως πρότυπο εργασίας και να σημειώσετε σε μια τρίτη στήλη ποιος είναι υπεύθυνος για τη συντήρηση του εκάστοτε πεδίου. Τελικά, αυτή η εργασία είναι πιο δύσκολο να απαντηθεί από το πού βρίσκεται το πεδίο.

2.1) Ταυτοποίηση προϊόντος και βασικά χαρακτηριστικά

Πεδίο δεδομένων	Τυπική πηγή	Υπάρχει σήμερα στο προϊόν;
Αριθμός είδους και μοντέλου, κωδικός χρώματος, SKU	ERP / PIM	Ετικέτα κρεμαστή, ετικέτα
GTIN / EAN, αριθμός σειράς ή παρτίδας	ERP / Βασικά δεδομένα	Γραμμωτός κώδικας ετικέτας
Συλλογή, σεζόν, χρονικό πλαίσιο παράδοσης	Σχεδιασμός συλλογής	όχι
Ονομασία προϊόντος, σύντομη περιγραφή	PIM / Ηλεκτρονικό κατάστημα	εν μέρει
Μέγεθος και σύστημα μεγεθών (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / Πίνακας μεγεθών	Ετικέτα μεγέθους
Χρώμα, όνομα χρώματος, αριθμός χρώματος, παρτίδα βαφής	ERP / Προδιαγραφές προμηθευτή	Ετικέτα
Γραμμή και κοπή (Regular, Slim, Oversized)	Techpack / Ηλεκτρονικό κατάστημα	όχι
Πίνακας διαστάσεων ανά μέγεθος (στήθος, μέση, μήκος, μανίκι)	Techpack / Πρωτόκολλο δείγματος	όχι

Πεδίο δεδομένων	Τυπική πηγή	Υπάρχει σήμερα στο προϊόν;
Διαστάσεις μοντέλου («Το μοντέλο έχει ύψος 1,78 m και φοράει μέγεθος M»)	Πρωτόκολλο φωτογράφισης	όχι
Βάρος προϊόντος	Βασικά στοιχεία αποστολής	όχι

2.2) Υλικά, νήματα και ποιότητες

Πεδίο δεδομένων	Τυπική πηγή	Υπάρχει σήμερα στο προϊόν;
Σύνθεση ινών σε ποσοστό ανά συστατικό	Προδιαγραφές προμηθευτή / Εργαστήριο	Υποχρεωτική ετικέτα
Πυκνότητα νήματος (Nm, Ne, dtex), πλέξη, τύπος νήματος	Τεχνικό δελτίο / Υφαντήριο	όχι
Τύπος υφάσματος ή πλέξης (Jersey, Twill, Interlock, Popeline)	Τεχνικό δελτίο	όχι
Βάρος ανά μονάδα επιφάνειας σε g/m ² , πυκνότητα νημάτων	Φύλλο δεδομένων υλικού	όχι
Επεξεργασία (μερσεριζέ, sanforized, υδροαπωθητική)	Προδιαγραφές προμηθευτή	εν μέρει ετικέτα κρεμάσματος
Φόδρα, ενθέματα, βάτα, υλικό γέμισης	Κατάλογος εξαρτημάτων	Ετικέτα
Εξαρτήματα: κουμπιά, φερμουάρ, κορδόνια, διακοσμητικά στοιχεία	Κατάλογος εξαρτημάτων	όχι
Ποσοστό ανακυκλωμένων υλικών, ποσοστό βιολογικής προέλευσης ινών	Δήλωση προμηθευτή	εν μέρει ετικέτα ρούχου
Προέλευση ινών (π.χ. προέλευση βαμβακιού)	Τεκμηρίωση αλυσίδας εφοδιασμού	σπάνια
Κατηγορίες χρωστικών και χημικών ουσιών, συμμόρφωση με το RSL	Έκθεση δοκιμών / Εργαστήριο	όχι
Τιμές συρρίκνωσης, αντοχή στην τριβή, βαθμός σχηματισμού χνουδιών, αντοχή στο φως	Έκθεση δοκιμών	όχι

2.3) Φροντίδα, χρήση, επισκευή

Πεδίο δεδομένων	Τυπική πηγή	Υπάρχει σήμερα στο προϊόν;
Σύμβολα φροντίδας σύμφωνα με το GINETEX / ISO 3758	Σήμανση φροντίδας	Υποχρεωτική ετικέτα
Οδηγίες φροντίδας σε απλό κείμενο, πολύγλωσσες	Διαχείριση ποιότητας	Ετικέτα / ένθετο
Λεπτομερείς οδηγίες πλύσης (απορρυπαντικό, φορτίο, δίκτυο)	Διαχείριση ποιότητας	σπάνια
Οδηγίες στεγνώματος, σιδερώματος και καθαρισμού	Σήμανση φροντίδας	Ετικέτα
Οδηγίες σχετικά με το ξεβάψιμο, το πιλινγκ, τη συρρίκνωση	Έκθεση δοκιμών	εν μέρει
Συστάσεις χρήσης, περίσταση, καταλληλότητα για την εποχή	Μάρκετινγκ / Ηλεκτρονικό κατάστημα	όχι
Οδηγίες για το πώς να φοράτε και να δένετε (φόρεμα με περιτύλιξη, γραβάτα, κασκόλ)	Μάρκετινγκ / Βίντεο	όχι
Οδηγίες επισκευής, οδηγίες μπαλώματος και ραψίματος	Διαχείριση ποιότητας	όχι
Ανταλλακτικά: ανταλλακτικό κουμπί, ανταλλακτικό νήμα, τραβηκτικό φερμουάρ	Κατάλογος εξαρτημάτων / Εξυπηρέτηση	επισυνάπτεται
Όροι εγγύησης και παραπόνων	Νομικό τμήμα / Γενικοί Όροι	σπάνια

2.4) Προέλευση, παραγωγή και αλυσίδα εφοδιασμού

Πεδίο δεδομένων	Τυπική πηγή	Υπάρχει σήμερα στο προϊόν;
Χώρα κατασκευής («Made in ...»)	Αποδεικτικό προέλευσης / Τελωνείο	Υποχρεωτική αναγραφή
Εργοστάσιο παραγωγής ενδυμάτων, διεύθυνση εργοστασίου (Tier 1)	Τμήμα προμηθειών / Εκθέσεις ελέγχου	όχι
Υφαντήριο, πλεκτήριο, βαφείο, επεξεργαστής υφασμάτων (Tier 2/3)	Χαρτογράφηση προμηθευτών	όχι

Πεδίο δεδομένων	Τυπική πηγή	Υπάρχει σήμερα στο προϊόν;
Κοινωνικοί και περιβαλλοντικοί έλεγχοι της μονάδας παραγωγής	Συμμόρφωση / amfori BSCI, SA8000	όχι
Ταυτότητα κατασκευαστή και διεύθυνση επικοινωνίας στην ΕΕ (GPSR)	Νομικό τμήμα	Υποχρεωτική αναφορά
Εισαγωγέας και διανομέας	Τελωνείο / Βασικά δεδομένα	Εν μέρει
Ημερομηνία παραγωγής και παρτίδα παραγωγής	ERP / Δεδομένα παραγγελιών	Σπάνια

2.5) Πιστοποιητικά, συμμόρφωση, βιωσιμότητα

Πεδίο δεδομένων	Τυπική πηγή	Υπάρχει σήμερα στο προϊόν;
ΟΕΚΟ-TEX STANDARD 100, αριθμός πιστοποιητικού και διάρκεια ισχύος	Φάκελος πιστοποιητικών	Ετικέτα
GOTS, OCS, GRS, RCS μαζί με πιστοποιητικά συναλλαγών	Φάκελος πιστοποιητικών	Ετικέτα
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Φάκελος πιστοποιητικών	Ετικέτα
Δηλώσεις συμμόρφωσης με REACH και POP	Συμμόρφωση	όχι
Πρότυπα ασφαλείας (π.χ. EN 14682 κορδόνια παιδικών ενδυμάτων)	Διαχείριση ποιότητας	όχι
Προειδοποιητικές ενδείξεις (ευφλεκτότητα, μικρά εξαρτήματα, αλλεργιογόνα)	Διαχείριση ποιότητας	Ετικέτα
Δείκτες CO ₂ e, νερού ή ενέργειας, εφόσον έχουν καταγραφεί	Έκθεση βιωσιμότητας / LCA	όχι
Οδηγίες ανάκτησης, ανακύκλωσης και απόρριψης	Βιωσιμότητα / Ανάκτηση	σπάνια
Πρόγραμμα μεταχειρισμένων προϊόντων και μεταπώλησης της μάρκας	Μάρκετινγκ	όχι

2.6) Εμπορικές πληροφορίες: το υποτιμημένο κομμάτι

Αυτή η κατηγορία είναι εντελώς άσχετη από ρυθμιστική άποψη. Από οικονομική άποψη, όμως, είναι η πιο πολύτιμη. Υπάρχει ήδη πλήρως στην επιχείρησή σας, στο ηλεκτρονικό κατάστημα, στο lookbook, στο πρόγραμμα μάρκετινγκ, αλλά μέχρι στιγμής δεν αξιοποιείται καθόλου στο φυσικό προϊόν, επειδή δεν υπάρχει χώρος γι' αυτήν στην ετικέτα κρεμαστού προϊόντος.

Πληροφορίες	Διατίθεται ως
Προτάσεις συνδυασμών: ταιριαστά μπλουζάκια, παντελόνια, παπούτσια, αξεσουάρ	Lookbook, οδηγός στυλ, λογική προτάσεων καταστήματος
Το πλήρες σύνολο από τη φωτογράφιση της καμπάνιας	Πρωτόκολλο φωτογράφισης, υλικό καμπάνιας
Βίντεο προϊόντων, προβολές 360 μοιρών, κοντινές λήψεις	Βάση δεδομένων πολυμέσων
Ιστορία της μάρκας, δήλωση σχεδιαστή, θέμα συλλογής	Ενημέρωση για τη συλλογή, υλικό δημοσίων σχέσεων
Άλλα διαθέσιμα χρώματα και μεγέθη του ίδιου μοντέλου	PIM / Κατάστημα
Σύνδεσμος για επαναπαραγγελία και επαναγορά, λίστα επιθυμιών	Σύστημα καταστήματος
Εύρεση καταστημάτων, ώρες λειτουργίας, ραντεβού για συμβουλές στυλ	Βασικά δεδομένα λιανικής
Εκδηλώσεις: Εκδηλώσεις καταστημάτων, εκπώσεις δειγμάτων, Repair Cafés, επιδείξεις	Ημερολόγιο μάρκετινγκ
Πρόγραμμα πιστότητας, ενημερωτικό δελτίο, πρόσβαση στην κοινότητα	CRM
Κριτικές πελατών και περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες	Κατάστημα / Κοινωνικά μέσα

Αν αναρωτιέστε από πού να ξεκινήσετε: από αυτόν τον πίνακα. Είναι ο μόνος για τον οποίο δεν χρειάζεται να επικοινωνήσετε με κανέναν προμηθευτή.

3) Τα οικονομικά οφέλη της μετάβασης

Τώρα, όσον αφορά το βασικό ερώτημα: Πόσα χρήματα μπορούν να εξοικονομηθούν αν καταργηθούν τα παραδοσιακά μέσα πληροφόρησης και ουσιαστικά παραμείνει μόνο ένας κωδικός QR στο ρούχο; Έχω καταρτίσει τον υπολογισμό σκόπιμα με συντηρητικό τρόπο και πλήρως κατανοητό,

ώστε να μπορείτε να εφαρμόσετε τους δικούς σας όρους αγοράς. Κάθε αριθμός στους παρακάτω πίνακες είναι είτε μια δηλωμένη παραδοχή είτε προκύπτει από τις προηγούμενες γραμμές.

3.1) Η εταιρεία-πρότυπο

Παράμετρος	Υπόθεση
Ετήσιες πωλήσεις	250.000 είδη ένδυσης
Σειρά προϊόντων	περίπου 350 μοντέλα, περίπου 1.200 συνδυασμοί είδους-χρώματος
Συλλογές	2 κύριες συλλογές συν 2 συμπληρωματικές συλλογές ανά έτος
Αγορές πώλησης	DACH (Γερμανία, Αυστρία, Ελβετία) συν έξι ακόμη χώρες της ΕΕ, εννέα γλώσσες στην ετικέτα φροντίδας
Διανομή	60 % μέσω φυσικών καταστημάτων (ιδία λιανική και χονδρική πώληση), 40 % D2C online
Online παραγγελίες	περίπου 100.000 θέσεις παραγγελίας ετησίως
Καλάθι αγορών	65 € καθαρά, ποσοστό συνεισφοράς κέρδους 45 %

Εάν η εταιρεία σας λειτουργεί με έξι, οκτώ ή δώδεκα κυκλοφορίες το χρόνο – και πολλές μάρκες το κάνουν πλέον – , τότε όλοι οι παρακάτω αριθμοί βελτιώνονται σημαντικά, καθώς οι εκτυπώσεις ετικετών γίνονται μικρότερες, τα ποσοστά απόρριψης αυξάνονται και οι κύκλοι μετάφρασης γίνονται πιο συχνές. Το υποθετικό μοντέλο αποτελεί, από αυτή την άποψη, τη δυσμενή περίπτωση. Βλ. σχετικά την ενότητα 3.9.

3.2) Η φυσική σήμανση σήμερα

Συμπεριλαμβάνονται τα υλικά, η εκτύπωση, η τελική επεξεργασία και ο αναλογικός χρόνος εργασίας για την τοποθέτηση. Οι τιμές αντιστοιχούν στους συνήθεις όρους της μεσαίας κατηγορίας τιμών για μεσαίες εκτυπώσεις.

Θέση	ανά τεμάχιο	για 250.000 τεμάχια
Ετικέτα μάρκας και ετικέτα στον σβέρκο, υφασμένες	0,045 €	11.250 €
Ετικέτα μεγέθους	0,010 €	2.500 €
Ετικέτα φροντίδας και σύνθεσης, σε εννέα γλώσσες, πολυεπίπεδη	0,065 €	16.250 €
Πρόσθετη ετικέτα προέλευσης, πιστοποιητικά, προειδοποιήσεις	0,020 €	5.000 €
Κύρια ετικέτα κρεμαστή, διπλής όψης, με ειδική επεξεργασία	0,110 €	27.500 €

Θέση	ανά τεμάχιο	για 250.000 τεμάχια
Δεύτερη ετικέτα κρεμαστή: ιστορία βιωσιμότητας και μάρκας	0,060 €	15.000 €
Κορδόνι, σφραγίδα, νήμα ασφαλείας	0,030 €	7.500 €
Ένθετο και φυλλάδιο φροντίδας και επισκευής	0,070 €	17.500 €
Συναρμολόγηση και τοποθέτηση (αναλογικός χρόνος εργασίας)	0,090 €	22.500 €
Σύνολο σήμερα	0,500 €	125.000 €

3.3) Φυσική σήμανση με δελτίο προϊόντος

Δεν καταργούνται όλα, και δεν ισχυρίζομαι κάτι τέτοιο. Η υφασμένη ετικέτα της μάρκας παραμένει, καθώς αποτελεί στοιχείο της εταιρικής ταυτότητας και όχι φορέα πληροφοριών. Η ετικέτα μεγέθους παραμένει, διότι διαφορετικά κανείς στο κατάστημα δεν θα μπορεί πλέον να ταξινομήσει τα προϊόντα. Η ετικέτα φροντίδας και σύνθεσης παραμένει επίσης, αλλά απλοποιείται σημαντικά: σύμβολα, συνοπτικές πληροφορίες και κωδικός QR σε ένα φύλλο, αντί για εννέα γλωσσικές εκδόσεις με γραμματοσειρά 4 πόντων σε τέσσερα φύλλα.

Θέση	ανά τεμάχιο	για 250.000 τεμάχια
Ετικέτα μάρκας και ετικέτα λαιμού, υφασμένη (αμετάβλητη)	0,045 €	11.250 €
Ετικέτα μεγέθους (αμετάβλητη)	0,010 €	2.500 €
Ετικέτα φροντίδας μειωμένη: σύμβολα, συνοπτικές πληροφορίες, μονής στρώσης	0,035 €	8.750 €
Κωδικός QR, ενσωματωμένος στην υπάρχουσα εκτύπωση ετικετών	0,005 €	1.250 €
Μια λεπτή ετικέτα πώλησης με τιμή και QR	0,055 €	13.750 €
Συσκευασία, μειωμένη	0,050 €	12.500 €
Σύνολο με δελτίο προϊόντος	0,200 €	50.000 €

3.4) Τρία σενάρια

Σενάριο	Τι παραλείπεται	ανά τεμάχιο	ετησίως
Συντηρητικό	Δεν περιλαμβάνονται η δεύτερη ετικέτα κρεμάσματος, το φυλλάδιο και η πρόσθετη ετικέτα· η συσκευασία μειώνεται ελαφρώς· προστίθεται εκτύπωση QR	0,160 €	40.000 €
Ρεαλιστικό (Πίνακας 3.2 ένα- ντι 3.3)	επιπλέον ενοποίηση σε μια απλοποιημένη ετικέτα κρεμάσματος και μια μονής στρώσης ετικέτα φροντίδας	0,300 €	75.000 €
Φιλόδοξο	επιτρέπεται επιπλέον η ψηφιακή σήμανση υφασμάτων: καταργείται η ετικέτα φροντίδας, η ετικέτα κρεμάσματος γίνεται απλή ετικέτα τιμής	0,360 €	90.000 €

Συντηρητικός υπολογισμός: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (συσκευασία) - $0,005$ (QR) = $0,160$ €.

Ρεαλιστικός: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Φιλόδοξος: $0,300 + 0,035$ (ετικέτα φροντίδας) + $0,025$ (ετικέτα κρεμάσματος) = $0,360$ €.

Για όλους τους υπόλοιπους υπολογισμούς, χρησιμοποιώ σε όλη τη διάρκεια το ρεαλιστικό σενάριο: $0,30$ € ανά τεμάχιο, 75.000 € ετησίως.

3.5) Τι θα συμβεί με τη σήμανση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων

Εδώ απαιτείται προσοχή, γι' αυτό το λέω ξεκάθαρα. Σύμφωνα με την τρέχουσα κατάσταση, ο κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1007/2011 για τη σήμανση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων εξακολουθεί να απαιτεί την αναγραφή της σύνθεσης των ινών φυσικά πάνω ή μέσα στο προϊόν. Επίσης, οι πληροφορίες του κατασκευαστή σύμφωνα με τον κανονισμό για την ασφάλεια των προϊόντων (GPSR) και οι προειδοποιήσεις που αφορούν την ασφάλεια δεν μπορούν προς το παρόν να αντικατασταθούν αποκλειστικά με ψηφιακό τρόπο.

Αυτός ακριβώς είναι ο λόγος για τον οποίο το ρεαλιστικό σενάριο έχει υπολογιστεί έτσι όπως έχει υπολογιστεί: αντικαθιστά αποκλειστικά τα εθελοντικά μέσα ενημέρωσης, δηλαδή τις ετικέτες κρέμασης, τα ένθετα, τις πρόσθετες ετικέτες και την πολυγλωσσία πέραν των υποχρεωτικών απαιτήσεων. Λειτουργεί στο ισχύον νομικό πλαίσιο, χωρίς να χρειάζεται να αλλάξει ούτε μία διάταξη.

Η εκτίμησή μου όσον αφορά την κατεύθυνση που ακολουθείται είναι, ωστόσο, σαφής: οι πληροφορίες που προβλέπονται από τον κανονισμό για τη σήμανση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων θα πρέπει, κατά πάσα πιθανότητα, να καταγράφονται ούτως ή άλλως στο δελτίο προϊόντος για τη μόδα και τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και να είναι ορατές. Εάν οι ίδιες πληροφορίες είναι

υποχρεωτικά διαθέσιμες σε ψηφιακή μορφή, η πρόσθετη φυσική σήμανση είναι δύσκολο να δικαιολογηθεί από πρακτική άποψη, καθώς κοστίζει σε ετικέτες, υλικά, χρόνο εργασίας και πόρους, χωρίς να προσφέρει επιπλέον πληροφορίες. Στο πλαίσιο του διαβατηρίου προϊόντος συζητείται η αναθεώρηση του κανονισμού για τη σήμανση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων. Δεν έχει ακόμη αποφασιστεί, και γι' αυτό το φιλόδοξο σενάριο της ενότητας 3.4 χαρακτηρίζεται ρητά ως μελλοντική επιλογή και δεν έχει συμπεριληφθεί πουθενά στον συνολικό υπολογισμό.

Όσοι διατηρούν ήδη σήμερα τα πλήρη στοιχεία στο δελτίο προϊόντος, δεν χρειάζεται να κάνουν τίποτα όταν επέλθει μια τέτοια αλλαγή, εκτός από το να παραγγείλουν μικρότερη ετικέτα. Όσοι δεν τα διατηρούν, θα πρέπει να ξεκινήσουν από την αρχή.

3.6) Έμμεσα έξοδα διαδικασίας και επακόλουθα έξοδα

Η τιμή ανά τεμάχιο της ετικέτας είναι μόνο το ορατό μέρος. Τα συναφή έξοδα της διαδικασίας είναι σε πολλές επιχειρήσεις υψηλότερα από το ίδιο το υλικό και δεν εμφανίζονται συγκεντρωτικά σε κανένα κέντρο κόστους. Αυτός είναι, εξάλλου, ο λόγος για τον οποίο αυτή η εξοικονόμηση υποτιμάται συστηματικά στο τμήμα ελέγχου διαχείρισης.

Κατηγορία δαπανών	Σήμερα (ετησίως)	Μείωση	Εξοικονόμηση
Μετάφραση, επιμέλεια και σελιδοποίηση των κειμένων των ετικετών (9 γλώσσες, 4 σειρές συλλογών)	14.000 €	70 %	9.800 €
Επανεκτύπωση και επανετικετοποίηση σε περίπτωση λαθών στο κείμενο ή αλλαγής της γκάμας προϊόντων (3.500 τεμάχια × 0,90 €)	3.150 €	80 %	2.520 €
Απόρριψη υπολειμμάτων ετικετών και καρτελών κατά την αλλαγή συλλογής (8 % του προϋπολογισμού για ετικέτες)	10.000 €	60 %	6.000 €
Αποθήκευση, συσκευασία παραγγελιών και διακίνηση των διαφορετικών τύπων ετικετών	6.000 €	50 %	3.000 €
Τέλη αδειών για συσκευασία και χαρτί (EPR, περίπου 4 g χαρτόνι ανά τεμάχιο)	400 €	80 %	320 €
Ερωτήσεις εξυπηρέτησης πελατών σχετικά με τη φροντίδα, το μέγεθος και το υλικό (3.000 αιτήματα × 3,50 €)	10.500 €	30 %	3.150 €
Σύνολο	44.050 €		24.790 €

Το σημείο που θεωρώ πιο σημαντικό: η δυνατότητα τροποποίησης. Μια τυπωμένη ετικέτα είναι οριστική. Αν μια οδηγία φροντίδας διορθωθεί εκ των υστέρων, αν ένα πιστοποιητικό λήξει, αν μια σύσταση συνδυασμού καταστεί άσκοπη επειδή το συνοδευτικό προϊόν έχει εξαντληθεί:

στην εκτύπωση, αυτό δεν μπορεί πλέον να διορθωθεί. Ένα «διαβατήριο προϊόντος» μπορεί να ενημερωθεί κεντρικά ανά πάσα στιγμή, και μάλιστα για το σύνολο των προϊόντων που βρίσκονται στην αγορά, ακόμη και για είδη που πωλήθηκαν πριν από δύο χρόνια. Αυτή η διαφορά είναι ποιοτική και, ως εκ τούτου, είναι δύσκολο να αποτυπωθεί στον παραπάνω πίνακα. Όποιος έχει οργανώσει ποτέ ανάκληση λόγω λανθασμένου συμβόλου φροντίδας, ξέρει για τι μιλάω.

3.7) Επιστροφές, ο σημαντικότερος μεμονωμένος μοχλός

Οι επιστροφές αποτελούν το κυριότερο στοιχείο κόστους στον τομέα της διαδικτυακής μόδας. Ένα σημαντικό μέρος τους οφείλεται σε αποκλίσεις στην εφαρμογή και στις προσδοκίες, καθώς και στην αβεβαιότητα σχετικά με το υλικό και τη φροντίδα του προϊόντος. Ακριβώς εκεί έρχεται να βοηθήσει το «διαβατήριο προϊόντος»: πλήρεις πίνακες μεγεθών ανά μέγεθος, συμπεριφορά υλικών, τιμές συρρίκνωσης, χαρακτηριστικά φθοράς, διαστάσεις μοντέλου, βίντεο. Και αυτό τόσο πριν από την αγορά, μέσω σάρωσης στο κατάστημα, όσο και μετά την αγορά, στο σπίτι.

Παράμετρος	Τιμή	Επίδραση
Ηλεκτρονικές παραγγελίες ετησίως	100.000	
Ποσοστό επιστροφών σήμερα	42 %	42.000 επιστροφές
Συνολικό κόστος ανά επιστροφή (μεταφορικά, έλεγχος, επεξεργασία, απώλεια αξίας)	11,00 €	462.000 €
Μείωση κατά 1,0 ποσοστιαία μονάδα	-1.000 επιστροφές	11.000 €
Μείωση κατά 2,0 ποσοστιαίες μονάδες	-2.000 επιστροφές	22.000 €
Μείωση κατά 3,0 ποσοστιαίες μονάδες	-3.000 επιστροφές	33.000 €

Στον συνολικό υπολογισμό, θέτω σκόπιμα μόνο μία ποσοστιαία μονάδα. Ακόμη και αυτή η πολύ συντηρητική υπόθεση αποφέρει 11.000 € ετησίως. Κάθε επιπλέον ποσοστιαία μονάδα αποφέρει ξανά το ίδιο ποσό. Αυτός είναι ο μοχλός με το μακράν μεγαλύτερο δυναμικό αύξησης, και θα πρέπει να μετρηθεί στο πλαίσιο της πιλοτικής λειτουργίας. Περισσότερα σχετικά με αυτό στην ενότητα 5.4.

3.8) Συνολικός λογαριασμός, συμπεριλαμβανομένων των εξόδων της πλατφόρμας

Θέση	ετησίως	ανά τεμάχιο
Ετικέτες και συσκευασία (ρεαλιστικό σενάριο)	75.000 €	0,300 €
Έμμεσες δαπάνες διαδικασιών, μετάφρασης και υπηρεσιών	24.790 €	0,099 €
Μείωση επιστροφών (1 ποσοστιαία μονάδα, συντηρητική εκτίμηση)	11.000 €	0,044 €
Ακαθάριστη εξοικονόμηση	110.790 €	0,443 €
Δαπάνες 1ου έτους: πλατφόρμα, συλλογή δεδομένων, ενσωμάτωση QR, εσωτερικός χρόνος	-25.000 έως -40.000 €	
Καθαρό αποτέλεσμα 1ου έτους	+71.000 έως +86.000 €	
Δαπάνες από το έτος 2: Πλατφόρμα και συνεχής συντήρηση	-18.000 έως -25.000 €	
Καθαρό αποτέλεσμα από το έτος 2	+86.000 έως +93.000 €	

Όσον αφορά το κόστος της πλατφόρμας, είναι διαφανές. Η τιμολόγηση της Transpareo βασίζεται στον αριθμό των δημοσιευμένων δελτίων προϊόντων, η σύμβαση μπορεί να καταγγελθεί κάθε μήνα και τα δεδομένα μπορούν να εξαχθούν πλήρως ανά πάσα στιγμή. Δεν υπάρχει, λοιπόν, καμία δέσμευση απέναντί μας, κάτι που θεωρώ αυτονόητο, αλλά που δυστυχώς δεν ισχύει σε αυτή την αγορά.

Τιμοκατάλογος	Πακέτα προϊόντων	CHF / μήνα	EUR / μήνα
Small, για πιλοτικά προγράμματα και αρχάριους	έως 100	139	περίπου 153
Medium	έως 1'000	559	περίπου 629
Large, παράδειγμα για 1'200 SKU	έως 10'000	1'399	περίπου 1'539
Unlimited	απεριόριστο	3'499	περίπου 3'849

Τιμές ισχύουσες από τον Αύγουστο του 2026, με την τρέχουσα έκπτωση Beta, συμπεριλαμβανομένης της μετάφρασης με τεχνητή νοημοσύνη σε 40 γλώσσες, δικού σας domain, branding, GSI Digital Link, δημιουργία δυνητικών πελατών, Analytics, REST-API, καθώς και εισαγωγή και εξαγωγή. Οι τρέχοντες όροι και οι τρέχουσες προσφορές βρίσκονται στο transpareo.com.

Για να ξεκινήσετε, αυτό σημαίνει ότι: Το πιλοτικό πρόγραμμα με είκοσι έως τριάντα μοντέλα σας κοστίζει 139 έως 199 CHF το μήνα. Σε σύγκριση με κάθε άλλη θέση σε αυτό το έγγραφο, πρόκειται για μια διαφορά στρογγυλοποίησης· απλά δεν υπάρχει κανένα οικονομικό επιχείρημα για να μην ξεκινήσετε αμέσως. Μόνο με την επέκταση σε ολόκληρη τη γκάμα προϊόντων αυξάνεται αντίστοιχα και η τιμή. Στην περίπτωση του μοντέλου με περίπου 1.200 συνδυασμούς είδους-χρώματος, πρόκειται για το πακέτο «Large» με κόστος περίπου 18.500 € ετησίως, το οποίο περιλαμβάνεται στα προαναφερθέντα εύρη κόστους. Σε σχέση με την εξοικονόμηση των 110.790 €, αυτό αντιστοιχεί σε περίπου 17 τοις εκατό.

3.9) Εάν διεξάγετε περισσότερες από δύο συλλογές το χρόνο

Πολλές μάρκες ανανεώνουν και διευρύνουν συνεχώς τη γκάμα των προϊόντων τους. Αυτό αποτελεί παράγοντα πολλαπλασιασμού για τον υπολογισμό, και μάλιστα και στις δύο κατευθύνσεις της επιχειρηματολογίας.

Κατηγορία κόστους	2 συλλογές συν 2 συμπληρωματικές παραγγελίες	8 έως 12 κυκλοφορίες το χρόνο
Τυπογραφικές εκτυπώσεις ετικετών	μεσαίες εκτυπώσεις, καλές κλιμακωτές τιμές	μικρότερες εκτυπώσεις, χειρότερες κλιμακωτές τιμές, η τιμή ανά τεμάχιο αυξάνεται
Μετάφραση και σελιδοποίηση	4 κύκλοι το χρόνο	8 έως 12 κύκλοι, τα 14.000 € διπλασιάζονται εύκολα
Απόρριψη υπολειμμάτων	8 % του προϋπολογισμού για ετικέτες	σύμφωνα με την εμπειρία 12 έως 18 %, επειδή γίνονται συχνότερες αλλαγές
Ελάχιστες ποσότητες παραγγελίας	σπάνια δεσμευτικές	τακτικά δεσμευτικές, με αποτέλεσμα συστηματική υπερπαραγγελία
Χρόνος διάθεσης στην αγορά	προγραμματιζόμενος	Ο χρόνος παράδοσης των ετικετών αποτελεί εμπόδιο για το drop

Το τελευταίο σημείο συχνά παραβλέπεται, ενώ στην πραγματικότητα είναι το πιο κρίσιμο: όταν μια παραγγελία πρέπει να περιμένει την παράδοση της ετικέτας συντήρησης, αυτό κοστίζει ημέρες πώλησης. Ένα δελτίο προϊόντος ενημερώνεται μέσα σε λίγα λεπτά. Συνιστώ σε κάθε επιχείρηση με υψηλή συχνότητα παραγγελιών να επαναλάβει τον υπολογισμό-πρότυπο με τα δικά της στοιχεία. Το αποτέλεσμα είναι συνήθως σαφώς καλύτερο από αυτό που παρουσιάζεται εδώ.

4) Ο ρόλος του «διαβατηρίου προϊόντος» στο μάρκετινγκ

Η εξοικονόμηση κόστους χρηματοδοτεί το έργο. Η πραγματική στρατηγική αξία βρίσκεται αλλού: το «διαβατήριο προϊόντος» μετατρέπει μια υποχρεωτική ετικέτα σε ένα μόνιμο, ιδιόκτητο κανάλι επικοινωνίας της μάρκας πάνω στο προϊόν.

4.1) Το μοναδικό σημείο επαφής με πλήρη εμβέλεια

Κάθε άλλο κανάλι προσεγγίζει μόνο ένα τμήμα του κοινού. Το ενημερωτικό δελτίο φτάνει στους συνδρομητές. Τα κοινωνικά δίκτυα προσεγγίζουν τους ακόλουθους και την πληρωμένη προβολή. Το ηλεκτρονικό κατάστημα προσεγγίζει τους διαδικτυακούς αγοραστές. Ο κωδικός QR συνοδεύει κάθε προϊόν που πωλείται.

Χαρακτηριστικό	Κλασικά κανάλια	Ετικέτα προϊόντος
Εμβέλεια	ένα τμήμα των αγοραστών	κάθε πωληθέν τεμάχιο
Πελάτες καταστημάτων	κατά κανόνα ανώνυμοι	προσδιορισίμοι για πρώτη φορά
Κόστος μέσων	συνεχές, ανά επαφή	κανένα, το μέσο είναι το ίδιο το προϊόν
Διάρκεια επαφής	διάρκεια της καμπάνιας	ολόκληρη η διάρκεια χρήσης, συχνά χρόνια
Ερέθισμα	η μάρκα	ο ίδιος ο πελάτης, αντίστοιχα υψηλή προσοχή
Δεύτερος ιδιοκτήτης	δεν είναι προσβάσιμος	γίνεται νέα επαφή κατά την επαναπώληση

Το δεύτερο σημείο είναι αυτό για το οποίο συζητώ πιο συχνά με τους επιχειρηματίες του χώρου της μόδας. Στο τυπικό σενάριο, το 60% των προϊόντων πωλείται στα φυσικά καταστήματα. Πρόκειται για 150.000 τεμάχια ετησίως που πωλούνται σε άτομα για τα οποία δεν γνωρίζετε τίποτα και με τα οποία δεν θα έρθετε ποτέ ξανά σε επαφή. Το «Product Pass» ξεπερνά αυτό το πρόβλημα χωρίς ενσωμάτωση στο σύστημα ταμείου, χωρίς κάρτα πελάτη και χωρίς τη συμμετοχή του εμπορικού συνεργάτη.

4.2) Συνδυασμοί και διασταυρούμενες πωλήσεις

Η αναφορά σε ρούχα που μπορούν να συνδυαστούν αποτελεί μια αναμενόμενη πληροφορία εξυπηρέτησης στο δελτίο προϊόντος. Όποιος σαρώσει τον κωδικό στη φούστα που μόλις αγόρασε, βρίσκεται ακριβώς στην κατάσταση όπου μια πρόταση για το κατάλληλο πουκάμισο είναι χρήσιμη και δεν ενοχλεί. Αυτή είναι η διαφορά σε σχέση με οποιαδήποτε διαφήμιση επαναστόχευσης που εμφανίζεται τρεις ημέρες αργότερα.

- Ο πλήρης συνδυασμός από τη φωτογράφιση της καμπάνιας, διαθέσιμος για άμεση παραγγελία
- Ταιριαστά αξεσουάρ: ζώνη, κασκόλ, τσάντα, παπούτσια

- Άλλα χρώματα και μεγέθη του ίδιου μοντέλου
- Επαναπώληση του ίδιου προϊόντος, ένας παράγοντας αύξησης των πωλήσεων που συχνά υποτιμάται σημαντικά όταν πρόκειται για αγαπημένα κομμάτια
- Εποχιακή προσθήκη: το κατάλληλο πλεκτό παλτό για το καλοκαιρινό φόρεμα το φθινόπωρο
- Προϊόντα φροντίδας: απορρυπαντικό για μάλλινα, ξυραφάκι για χνούδια, σπρέι αδιαβροχοποίησης, ανταλλακτικά κουμπιά

Διασταυρούμενες πωλήσεις, μέθοδος υπολογισμού	Υπόθεση	Αποτέλεσμα
Κωδικοί QR στην αγορά ετησίως	250.000	
Ποσοστό σάρωσης όταν η υπόσχεση οφέλους είναι ορατή	12 %	30.000 σαρώσεις
Ποσοστό μετατροπής σε πρόταση συνδυασμού	3 %	900 παραγγελίες
Αξία καλαθιού αγορών	65 €	58.500 € κύκλος εργασιών
Ποσοστό συνεισφοράς κέρδους	45 %	26.325 € συνεισφορά κέρδους

Τα ποσοστά σάρωσης στα καταναλωτικά προϊόντα κυμαίνονται συνήθως μεταξύ 5 και 15 τοις εκατό. Αυξάνονται σημαντικά όταν στην ετικέτα αναγράφεται ένα συγκεκριμένο όφελος: «*Συμβουλές φροντίδας, ταιριαστά στυλ και η παρατεταμένη εγγύησή σας*» αντί για έναν απλό κωδικό. Αυτή η φράση δεν κοστίζει τίποτα και είναι το πιο αποτελεσματικό μέτρο που γνωρίζω.

4.3) Εκδηλώσεις, κοινότητα, εμπειρία μάρκας

Το «διαβατήριο προϊόντος» μπορεί να συμπληρωθεί ελεύθερα και να ενημερωθεί ανά πάσα στιγμή, χωρίς να αλλάζει ο κωδικός QR. Με αυτόν τον τρόπο, κάθε ρούχο που βρίσκεται στην αγορά μετατρέπεται σε κανάλι διάδοσης για τρέχουσες εκδηλώσεις, ακόμη και χρόνια μετά την πώλησή του.

- Προσκλήσεις σε εκδηλώσεις καταστημάτων, εκπτώσεις δειγμάτων, πρεμιέρες συλλογών, trunk shows
- Κράτηση ραντεβού για προσωπική συμβουλευτική στυλ στο πλησιέστερο κατάστημα
- «Repair Cafés» και υπηρεσίες επισκευής, ένα ισχυρό δείγμα βιωσιμότητας με υψηλό δείκτη επανασύνδεσης
- Περιφερειακή προβολή: μόνο οι πελάτες που βρίσκονται κοντά στο κατάστημα βλέπουν τα ραντεβού του
- Περίοδοι προπώλησης και μορφές κοινότητας για εγγεγραμμένους χρήστες

4.4) Το εργαλείο δημιουργίας δυνητικών πελατών

Με το Transpareo-Leadgenerator μπορείτε να δημιουργήσετε μόνοι σας, χωρίς τη βοήθεια πρακτορείου, όσα ερωτηματολόγια θέλετε και να τα συνδέσετε με το δελτίο προϊόντος. Καθοριστικό για

την αποτελεσματικότητα είναι μια τεχνική λεπτομέρεια: το ερωτηματολόγιο ανοίγει αυτόματα μετά τη σάρωση του κωδικού QR. Ο πελάτης δεν χρειάζεται να ψάξει τίποτα ούτε να κάνει κλικ πουθενά. Όποιος έχει προσπαθήσει ποτέ να πείσει τους ανθρώπους να κάνουν ένα επιπλέον κλικ για να ανοίξουν μια φόρμα, γνωρίζει πόσο σημαντική είναι αυτή η διαφορά στο ποσοστό συμμετοχής.

Ο μηχανισμός αυτός είναι παλιός και αποδεικνύεται αποτελεσματικός: ο πελάτης αποκομίζει ένα συγκεκριμένο όφελος και, σε αντάλλαγμα, παρέχει πληροφορίες και δίνει τη συγκατάθεσή του.

Πλεονέκτημα για τον πελάτη	Ερωτήσεις στο ερωτηματολόγιο	Οφέλη για εσάς
Παρατεταμένη εγγύηση μετά την εγγραφή του προϊόντος	Ημερομηνία αγοράς, τόπος αγοράς, στοιχεία επικοινωνίας	Πρώτη επαφή και διαφάνεια στις πωλήσεις στο χονδρικό εμπόριο
Προσωπικός οδηγός στυλ για το προϊόν που αγοράστηκε	Προτιμήσεις στυλ, περιστάσεις, μεγέθη	Τμηματοποίηση για καμπάνιες και σχεδιασμό συλλογής
Πλεονέκτημα ή δώρο στην επόμενη αγορά	E-mail, συγκατάθεση για το ενημερωτικό δελτίο	Δυνητικός πελάτης με opt-in χωρίς κόστος διαφήμισης
Πρώωρη πρόσβαση στη νέα συλλογή	Αγαπημένες κατηγορίες, προθυμία πληρωμής	Ένδειξη ζήτησης πριν από την παραγγελία
Συμμετοχή σε κλήρωση ή εκδήλωση της κοινότητας	Περιοχή, προτίμηση καταστήματος	Ενεργοποίηση βάσει τοποθεσίας
Σχόλια για την εφαρμογή με σύσταση μεγέθους για την επόμενη φορά	Σωματικές διαστάσεις, αξιολόγηση εφαρμογής	Άμεση βάση δεδομένων για τη μείωση των επιστροφών
Δωρεάν έλεγχος για επισκευές	Διάρκεια χρήσης, σημεία φθοράς	Δεδομένα ποιότητας από το πεδίο για την ανάπτυξη προϊόντων

Η τελευταία γραμμή κλείνει έναν κύκλο που στον κλάδο της μόδας σχεδόν ποτέ δεν ολοκληρώνεται. Τα σχόλια σχετικά με την εφαρμογή και την ανθεκτικότητα φτάνουν συνήθως στο τμήμα ανάπτυξης προϊόντων μόνο μέσω των λόγων επιστροφής και των παραπόνων, δηλαδή παραμορφωμένα, αρνητικά επιλεγμένα και καθυστερημένα. Μέσω του «διαβατηρίου προϊόντος», τα σχόλια αυτά προέρχονται από ικανοποιημένους χρήστες μετά από μήνες πραγματικής χρήσης. Ως μηχανικός κλωστοϋφαντουργίας, θα ήθελα να είχα αυτή την πηγή δεδομένων.

Δημιουργία δυνητικών πελατών, μέθοδος υπολογισμού	Υπόθεση	Αποτέλεσμα
Σαρώσεις ετησίως (12 % από 250.000)	30.000	
Συμμετοχή στο ερωτηματολόγιο που ανοίγει αυτόματα	25 %	7.500 δυνητικοί πελάτες
εκ των οποίων από το φυσικό εμπόριο, μέχρι στιγμής ανώνυμα	60 %	4.500 νέες επαφές
Συγκριτική τιμή κόστους δυνητικών πελατών στον τομέα της μόδας	6 € ανά δυνητικό πελάτη	45.000 € ισοδύναμο μέσων

Η αξία ισοδυναμίας μέσων δεν αποτελεί εισροή χρημάτων και, ως εκ τούτου, εμφανίζεται ξεχωριστά στον συνολικό ισολογισμό. Ωστόσο, από ποιοτική άποψη, η διαφορά είναι ακόμη μεγαλύτερη από το χρηματικό ποσό: ένας δυνητικός πελάτης που προέρχεται από το «Productpass» προέρχεται από έναν επαληθευμένο αγοραστή με γνωστή σχέση με το προϊόν.

4.5) Προστασία εμπορικών σημάτων και κατά της παραποίησης/απομίμησης

Μέχρι στιγμής, το θέμα αυτό έχει συζητηθεί εκπληκτικά λίγο στο πλαίσιο του δελτίου προϊόντος, παρότι πιθανότατα αποτελεί το σημαντικότερο μεμονωμένο πλεονέκτημα για τις μάρκες premium και πολυτελείας, και είναι άμεσα διαθέσιμο.

Ένα δελτίο προϊόντος, το οποίο μέσω ενός μοναδικού αναγνωριστικού παραπέμπει σε ένα σύνολο δεδομένων που διαχειρίζεται η μάρκα, το οποίο φέρει έκδοση και είναι κρυπτογραφικά υπογεγραμμένο, αποτελεί απόδειξη προέλευσης. Ο αγοραστής μπορεί να ελέγξει στον περιηγητή του αν το προϊόν είναι γνήσιο, από πού προέρχεται και πότε διατέθηκε στην αγορά. Ένας παραχαράκτης μπορεί να αντιγράψει τον κωδικό QR, αλλά δεν μπορεί να δημιουργήσει μια έγκυρη καταχώριση στη βάση δεδομένων σας ούτε να προσκομίσει μια έγκυρη υπογραφή.

Χρήση για:

- Απόδειξη προέλευσης για ενδύματα υψηλής ποιότητας, τσάντες, ρολόγια και είδη πολυτελείας
- Δυνατότητα ελέγχου από τις τελωνειακές αρχές και τις αρχές εποπτείας της αγοράς χωρίς να απαιτείται επικοινωνία με τον κατασκευαστή
- Ενίσχυση της εμπιστοσύνης στη δευτερογενή αγορά, όπου η γνησιότητα αποτελεί το κύριο εμπόδιο στην αγορά
- Αριθμοί σειράς για κάθε μεμονωμένο τεμάχιο και όχι μόνο για κάθε είδος, όπου αυτό είναι σκόπιμο

- Όπου είναι οργανωτικά εφικτό, ο υπεύθυνος διευθυντής του καταστήματος πώλησης μπορεί, μέσω μιας εξουσιοδότησης στον Διαχειριστή Εφαρμογών, να καταχωρίσει το όνομα του αγοραστή ή της αγοράστριας και περαιτέρω στοιχεία σχετικά με την αγορά, καταγράφοντάς τα έτσι μόνιμα στο δελτίο προϊόντος

Πιστεύω ακράδαντα ότι τα επόμενα χρόνια θα επικρατήσουν εδώ οι τεχνολογίες NFC και RFID, οι οποίες χρησιμοποιούν τον ίδιο αναγνωριστικό κωδικό που είναι αποθηκευμένος στον κωδικό QR. Ένα τσιπ στο στρίφωμα, το οποίο φέρει τον ίδιο αναγνωριστικό κωδικό, είναι σαφώς πιο δύσκολο να πλαστογραφηθεί από ένα τυπωμένο τετράγωνο. Επίσης, τα πιστοποιητικά ιδιοκτησίας που βασίζονται σε NFT θα χρησιμοποιούν αυτόν τον αναγνωριστικό κωδικό ως σημείο αναφοράς. Το κρίσιμο είναι το εξής: όποιος δημιουργήσει σήμερα, με τη βοήθεια ενός ψηφιακού διαβατηρίου προϊόντος, έναν καθαρό και μοναδικό αναγνωριστικό κωδικό για κάθε προϊόν, είναι ήδη έτοιμος για όλες αυτές τις μεθόδους.

4.6) Δευτερογενής αγορά και διατήρηση της αξίας

Η αγορά μεταχειρισμένων ενδυμάτων αναπτύσσεται ταχύτερα από την αγορά καινούργιων προϊόντων. Το «διαβατήριο προϊόντος» έχει τριπλή επίδραση σε αυτόν τον τομέα:

- **Διατήρηση της αξίας.** Ένα ρούχο με πλήρες, ψηφιακά καταγεγραμμένο ιστορικό υλικών, προέλευσης και φροντίδας επιτυγχάνει υψηλότερες τιμές στη μεταπώληση σε σχέση με ένα ρούχο με δυσανάγνωστη ετικέτα. Αυτό επηρεάζει θετικά τη διάθεση των αγοραστών να πληρώσουν υψηλότερες τιμές κατά την αρχική πώληση.
- **Αυθεντικότητα.** Βλ. ενότητα 4.5 σχετικά με την προστασία από την απομίμηση. Στη δευτερογενή αγορά, αυτό αποτελεί το καθοριστικό κριτήριο αγοράς.
- **Νέα επαφή χωρίς έξοδα προσέλκυσης πελατών.** Ο δεύτερος ιδιοκτήτης σαρώνει την ετικέτα και καταλήγει σε εσάς. Μια αγορά μεταχειρισμένου προϊόντος, από την οποία δεν κερδίζετε τίποτα, μετατρέπεται σε δυνητικό πελάτη και, ενδεχομένως, σε νέο πελάτη.

4.7) Πολυγλωσσία και προσβασιμότητα

Μια ετικέτα οδηγίων πλούσιματος με κείμενο σε εννέα γλώσσες, γραμμένο με γραμματοσειρά 4 πόντων σε τέσσερα στρώματα σατέν κορδέλας, είναι ουσιαστικά δυσανάγνωστη για ένα σημαντικό τμήμα του πληθυσμού. Αυτό αφορά κάθε πελάτη άνω των εξήντα ετών, κάθε άτομο με προβλήματα όρασης και κάθε άτομο που δεν μπορεί πλέον να διαβάσει την ετικέτα μετά το τρίτο πλύσιμο.

Ένα δελτίο προϊόντος είναι βελτιστοποιημένο για την οθόνη, μπορεί να αναγνωστεί από πρόγραμμα ανάγνωσης οθόνης, μπορεί να μεγεθυνθεί κατά βούληση και διαθέτει υψηλή αντίθεση. Αυτό ανταποκρίνεται άμεσα στις απαιτήσεις του Ευρωπαϊκού Νόμου για την Προσβασιμότητα.

Όσον αφορά το θέμα της γλώσσας, προστίθεται το γεγονός ότι η γεωγραφική έκταση δεν παίζει πλέον κανένα ρόλο. Η Transpareo μεταφράζει όλες τις πληροφορίες της βάσης δεδομένων χωρίς

επιπλέον κόστος σε όλες τις ευρωπαϊκές γλώσσες, καθώς και στα βεγγαλικά, τα κινέζικα, τα χίντι, τα ινδονησιακά, τα ιαπωνικά, τα κορεατικά και τα βιετναμέζικα, συνολικά 40 γλώσσες, μεταξύ των οποίων και οι 24 επίσημες γλώσσες της ΕΕ. Στον Διαχειριστή Εφαρμογών, κάθε χρήστης επιλέγει ο ίδιος τη γλώσσα εργασίας του. Στη σελίδα του διαβατηρίου εμφανίζεται αυτόματα η γλώσσα του προγράμματος περιήγησης, χωρίς ο πελάτης να χρειάζεται να κάνει καμία ρύθμιση.

Για εσάς, αυτό σημαίνει δύο πράγματα. Μια επιπλέον αγορά δεν κοστίζει ούτε ένα χιλιοστό επιπλέον στο πλάτος της ετικέτας, ούτε κάποιο κόστος μετάφρασης. Επιπλέον, καλύπτονται και οι γλώσσες της εφοδιαστικής αλυσίδας: το ραφείο στο Μπαγκλαντές, ο προμηθευτής στο Βιετνάμ και ο συνεργάτης στην Κίνα διαβάζουν τις προδιαγραφές σας στη δική τους γλώσσα. Στην πράξη, αυτό είναι τουλάχιστον εξίσου πολύτιμο με την πλευρά του πελάτη.

5) Τα οφέλη για τον οργανισμό σας

Το όφελος που είναι πιο δύσκολο να ποσοτικοποιηθεί, αλλά μακροπρόθεσμα αποτελεί το σημαντικότερο, έγκειται στον ίδιο τον οργανισμό. Ένα «διαβατήριο προϊόντος» είναι ένα προϊόν δεδομένων, και αυτό προϋποθέτει σαφείς αρμοδιότητες, ενοποιημένες πηγές και ενσωματωμένους προμηθευτές. Τίποτα από αυτά δεν μπορεί να δημιουργηθεί βραχυπρόθεσμα. Η ποιότητα των δεδομένων δεν αγοράζεται, πρέπει να επιτευχθεί με κόπο.

5.1) Απλά ξεκινήστε με ό,τι είναι προσιτό

Ο πιο συνηθισμένος λόγος για τον οποίο τα έργα που αφορούν το διαβατήριο προϊόντος δεν ξεκινούν είναι η αντίληψη ότι πρέπει πρώτα να έχουν συγκεντρωθεί όλα τα στοιχεία. Αυτό είναι λάθος και παραλυτικό. Ξεκινήστε με τα δεδομένα που έχετε στη διάθεσή σας και στα οποία έχετε πρόσβαση χωρίς να χρειαστεί να ζητήσετε πληροφορίες· σε περίπτωση αμφιβολίας, ξεκινήστε με την ενότητα 2.6, για την οποία δεν χρειάζεται να επικοινωνήσετε με κανέναν. Δημοσιεύστε τα δεδομένα αυτά. Και στη συνέχεια, επεκτείνετε το αρχείο σας συλλογή προς συλλογή.

Για τον πελάτη, ένα φυλλάδιο με οδηγίες φροντίδας, πληροφορίες για τα υλικά, πίνακα μεγεθών και προτάσεις συνδυασμών έχει ήδη μεγάλη αξία. Δεν περιμένει πλήρη δεδομένα για την αλυσίδα εφοδιασμού επιπέδου 3, και ούτε το 2029 θα τα εξετάσει πρώτα.

Φάση	Χρονικό διάστημα	Περιεχόμενο	Αποτέλεσμα
1 Έναρξη	Μήνες 1–2 ή νωρίτερα	Καταγραφή της βάσης κόστους. Καθορισμός πιλοτικής γκάμας 20 έως 30 μοντέλων. Συλλογή αποκλειστικά εσωτερικών δεδομένων: δεδομένα μάρκετινγκ, υλικών, συντήρησης και μεγεθών. Πακέτο «Small», 139 έως 199 CHF το μήνα.	Πρώτα πλήρη σύνολα δεδομένων χωρίς καμία επαφή με προμηθευτές

Φάση	Χρονικό διάστημα	Περιεχόμενο	Αποτέλεσμα
2 Δημοσί- ευση	Μήνες 3–5 ή νωρίτερα	Σχεδιασμός της παρουσίασης και της υπόσχεσης αξίας. Ενσωμάτωση QR στην εκτύπωση ετικε- τών. Δημιουργία πρώτου ερωτηματολογίου. Έναρξη λειτουργίας.	Παρουσία στην αγορά, πρώτες σαρώσεις, πρώτοι υποψήφιοι πελάτες, πρώτα μετρημένα στοιχεία
3 Επέ- κταση	Μήνες 6–12 ή νωρίτερα	Εφαρμογή σε ολόκληρη τη συλλογή. Θέση σε λει- τουργία της σύνδεσης με Excel και ERP. Μείωση του όγκου των ετικετών. Καθιέρωση δεικτών απόδοσης.	Πλήρης εξοικονόμηση κόστους, αξιόπιστα δεδο- μένα μετατροπής
4 Εμβά- θυνση	Έτος 2 έως το 2028	Συμπλήρωση δεδομένων προμηθευτών επιπέδου 2/3. Δημιουργία πεδίων για το περιβάλλον, τις επισκευές και την ανακύκλωση. Ενσωμάτωση της παροχής δεδομένων στις συμβάσεις-πλαί- σια. Καθιέρωση ρουτινών ποιότητας δεδομένων.	Μεγάλη ωριμότητα πολύ πριν από την υποχρέωση
5 Εγγραφή	από το 2029	Αντιστοίχιση με το τελικό μοντέλο δεδομένων της εξουσιοδοτημένης πράξης, εγγραφή στο μητρώο της ΕΕ.	Συμμόρφωση χωρίς έργο και χωρίς πίεση προθεσμιών

Λάβετε υπόψη ότι οι φάσεις 1 και 2 διαρκούν συνολικά το πολύ πέντε μήνες και δεν απαιτούν τίποτα που να μην εξαρτάται από εσάς. Αυτό είναι το σημείο στο οποίο οι περισσότερες ανησυχίες εξαφανίζονται.

5.2) Εισαγωγή δεδομένων και σύνδεση, και γιατί η κατεύθυνση έχει σημασία

Το Transpareo εισάγει όσες αρχεία Excel επιθυμείτε· το εργαλείο εισαγωγής προσαρμόζεται στα αρχεία σας και όχι το αντίστροφο. Δεν απαιτείται ξεχωριστό PIM, αλλά μπορεί να συνδεθεί. Επι-
πλέον, μπορούν να συνδεθούν όσες εσωτερικές και εξωτερικές βάσεις δεδομένων επιθυμείτε,
συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων ERP.

Όσον αφορά τη σύνδεση, υπάρχει μια αρχιτεκτονική απόφαση που θεωρώ ότι έχει σημασία για την
ασφάλεια και την οποία θα πρέπει να εξετάσετε προσεκτικά για κάθε πάροχο που αξιολογείτε:

Η ροή δεδομένων είναι μονόδρομη, εισερχόμενη. Ο ιστότοπος προέλευσης πιστοποιείται
στο Transpareo-Vendor-API και υποβάλλει ένα πακέτο δεδομένων. Το Transpareo δεν παρεμβαί-
νει σε καμία περίπτωση στα συστήματα των κατασκευαστών και δεν απαιτεί στοιχεία πρόσβα-
σης στο ERP σας. Αυτό σημαίνει ότι δεν υπάρχει κανένας τρόπος πρόσβασης από την πλατ-
φόρμα μας στα συστήματά σας. Καμία εισερχόμενη πρόσβαση, κανένα αποθηκευμένο διαπι-

στευτήριο, καμία ανοιχτή σύνδεση που θα μπορούσε να παραβιαστεί. Όποιος χτίζει ένα σύστημα «push» αντί για «pull», αποκλείει εκ των προτέρων μια ολόκληρη κατηγορία διαύλων επίθεσης.

Όταν συγκρίνετε παρόχους, αυτή είναι μία από τις ερωτήσεις που θα έθετα πρώτα. Έχουμε συντάξει σκόπιμα ένα δομημένο πλαίσιο για το σκοπό αυτό, το οποίο είναι ουδέτερο ως προς τους παρόχους· βλ. ενότητα 6.4.

5.3) Το σύνολο των δεδομένων ως αυτόνομη αξία

Τώρα, όσον αφορά το θέμα που με ενδιαφέρει προσωπικά περισσότερο και το οποίο σχεδόν δεν αναφέρεται στη συζήτηση.

Εφόσον διαθέτετε τα δεδομένα των προϊόντων σας οργανωμένα σε ένα μόνο σημείο, αυτά σας ανήκουν και μπορείτε να τα ανακτήσετε ανά πάσα στιγμή, είτε στο σύνολό τους είτε τμηματικά: στο Data Warehouse σας, στα εργαλεία ανάλυσης σας, στα δικά σας συστήματα. Στην Transpareo, αυτό γίνεται μέσω εξαγωγής σε μορφές CSV, XLSX, JSON-LD και SQL ή μέσω του REST-API. Και αυτό ανεξάρτητα από το αν δημοσιεύετε έστω και ένα μόνο πάσο. Άμεσα και ξανά και ξανά.

Αυτό ανοίγει το δρόμο για εφαρμογές και τεράστια οφέλη που δεν έχουν καμία σχέση με τη συμμόρφωση:

- **Εκπαίδευση τεχνητής νοημοσύνης με βάση τα δικά σας δεδομένα.** Ένα γλωσσικό μοντέλο που γνωρίζει όλα τα υλικά σας, τις ονομασίες ποιότητας, τη λογική της εφαρμογής και τη δομή των προμηθευτών σας, είναι κάτι εντελώς διαφορετικό από ένα γενικό μοντέλο. Η βάση για αυτό είναι μια καθαρή, συνεπής βάση δεδομένων προϊόντων, ακριβώς αυτό που δημιουργείται ούτως ή άλλως κατά τη δημιουργία του «διαβατηρίου προϊόντος».
- **Εφαρμογές με χρήση «πράκτορων».** Τα συστήματα υποβοήθησης που αναλύουν δεδομένα συλλογών, προτείνουν εναλλακτικά υλικά, ελέγχουν προδιαγραφές ή απαντούν σε ερωτήσεις πελατών, χρειάζονται οπωσδήποτε δομημένα δεδομένα προϊόντων. Χωρίς αυτά, κάθε ιδέα που βασίζεται σε «πράκτορες» παραμένει απλώς μια διαφάνεια παρουσίασης.
- **Προμήθειες και προγραμματισμός παραγωγής.** Απαιτήσεις υλικών σε όλα τα μοντέλα, χρώματα και μεγέθη, ομαδοποίηση ποιότητας νημάτων ανά συλλογή, συγκέντρωση προμηθευτών ανά ομάδα υλικών: όλες αυτές οι αναλύσεις αποτυγχάνουν λόγω αποσπασματικών δεδομένων, ενώ γίνονται απλές υπόθεση όταν τα δεδομένα είναι ενοποιημένα.
- **Έρευνα και ανάπτυξη.** Ποια κατασκευή, ποιο βάρος ανά μονάδα επιφάνειας και ποια επεξεργασία οδηγούν, σε διάστημα πολλών σεζόν, σε ποια συμπεριφορά όσον αφορά τα παράπονα και τις επιστροφές; Αυτή η συσχέτιση μπορεί να υπολογιστεί μόνο όταν τα δεδομένα υλικών, πωλήσεων και ανατροφοδότησης βρίσκονται στον ίδιο χώρο.

Το λέω αυτό ως επιχειρηματίας με απόλυτη σαφήνεια: Ακόμη και αν η ΕΕ καταργούσε αύριο το «διαβατήριο προϊόντος» χωρίς να το αντικαταστήσει με κάτι άλλο, η εργασία που έγινε για τη δημιουργία αυτής της βάσης δεδομένων θα ήταν σωστή και θα είχε μακροπρόθεσμη αξία. Το «διαβατήριο» είναι η εφαρμογή. Τα δεδομένα είναι το περιουσιακό στοιχείο.

5.4) Δείκτες που θα πρέπει να παρακολουθείτε από την πρώτη μέρα

Δείκτης	Μεγέθη μέτρησης	Σκοπός
Ποσοστό σάρωσης	Σαρώσεις ανά 100 πωληθέντα τεμάχια	Βελτιστοποίηση του μηνύματος αξίας στην ετικέτα
Χρόνος παραμονής και βάθος σελίδας	Δευτερόλεπτα, κλικ	Προτεραιοποίηση περιεχομένου, αφαίρεση περιττών στοιχείων
Μετατροπή δυνητικών πελατών	Δυνητικοί πελάτες ανά 100 σαρώσεις	Δοκιμή προσφοράς πλεονεκτημάτων
Μετατροπή διασταυρούμενων πωλήσεων	Παραγγελίες ανά 100 σαρώσεις	Βελτίωση της λογικής των συνδυασμών
Ποσοστό επιστροφών μεταξύ χρηστών σαρωτή και μη χρηστών	Διαφορά σε ποσοστιαίες μονάδες	Ο πιο πειστικός αριθμός για τη διοίκηση
Αιτήματα εξυπηρέτησης σχετικά με τη φροντίδα και το μέγεθος	Αιτήματα ανά μήνα	Απόδειξη της ελάφρυνσης του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών
Κόστος ετικετών ανά τεμάχιο	Ευρώ ανά τεμάχιο	Αναδείξτε την εξοικονόμηση στο τμήμα ελέγχου

Παρακαλούμε να ρυθμίσετε την πέμπτη γραμμή πριν από τη θέση σε λειτουργία. Αναδρομικά, δεν είναι πλέον δυνατή η σύγκριση μεταξύ χρηστών με σαρωτή και χρηστών χωρίς σαρωτή, και αυτός είναι ακριβώς ο αριθμός για τον οποίο θα σας ζητηθεί πληροφορία κατά το δεύτερο έτος. Τα στατιστικά σάρωσης στο Transpareo συλλέγονται από τον διακομιστή, χωρίς cookies και χωρίς tracker. Λαμβάνετε τον αριθμό, τη χρονική εξέλιξη και την περιοχή, χωρίς να δημιουργείται πρόβλημα συγκατάθεσης.

6) Από το δελτίο προϊόντος στο μητρώο της ΕΕ: μια τυπική διαδικασία

Η πιο συχνή αντίρρηση κατά της έγκαιρης έναρξης είναι ότι το τελικό μοντέλο δεδομένων της ΕΕ δεν έχει ακόμη καθοριστεί, και ως εκ τούτου η σημερινή εργασία ενδέχεται να πάει χαμένη. Κατανοώ την αντίρρηση, αλλά βασίζεται σε μια παρερμηνεία σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας του μητρώου.

6.1) Τι κάνει στην πραγματικότητα το μητρώο

Το μητρώο της ΕΕ για τα διαβατήρια προϊόντων λειτουργεί από τις 20 Ιουλίου 2026· ο εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) 2026/1778 ρυθμίζει τον έλεγχο πρόσβασης, την επαλήθευση των χρηστών,

την εγγραφή και τις απαιτήσεις αποθήκευσης. Το κρίσιμο είναι ότι: το μητρώο περιέχει μοναδικούς κωδικούς αναγνώρισης και μεταδεδομένα· δεν αποτελεί χώρο αποθήκευσης για τα ίδια τα δελτία. Τα πραγματικά δεδομένα των προϊόντων παραμένουν αποκεντρωμένα στον οικονομικό φορέα ή στον πάροχο υπηρεσιών του.

Στην πράξη, αυτό σημαίνει ότι τα «διαβατήριά» σας πρέπει να φέρουν έναν αναγνωριστικό κωδικό που να πληροί τα πρότυπα και να μπορεί να διαγραφεί, και να έχουν καταχωριστεί στο μητρώο πριν το προϊόν τεθεί σε κυκλοφορία στην ΕΕ. Η διαχείριση των δεδομένων παραμένει ως έχει.

Το Transpareo πληροί πλήρως τα εναρμονισμένα πρότυπα που αναφέρονται στην Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την εκτελεστική απόφαση (ΕΕ) 2026/1736 της 15ης Ιουλίου 2026, ενώ τα δύο υπόλοιπα έχουν επίσης εφαρμοστεί. Η Transpareo λειτουργεί με το GSI Digital Link και την αντιστοίχιση GTIN σύμφωνα με τα πρότυπα, ενώ έχει σχεδιαστεί για εγγραφή στο μητρώο της ΕΕ. Κάθε έκδοση ενός διαβατηρίου φέρει δύο ανεξάρτητες υπογραφές, από τον εκδότη και από την Transpareo· μπορείτε να διατηρείτε εσείς οι ίδιοι το κλειδί του εκδότη μέσω ενός δικού σας τερματικού υπογραφής.

Καταχώριση μία φορά. Δημοσίευση σήμερα. Εγγραφή αργότερα.

1. **Καταχώριση:** μεταφορά των υφιστάμενων δεδομένων προϊόντων στη βάση δεδομένων με δομημένο και βασισμένο σε πεδία τρόπο. Το βασισμένο σε πεδία είναι το κρίσιμο: το συνεχές κείμενο δεν μπορεί να αντιστοιχιστεί, τα καθαρά πεδία όμως ναι.
2. **Δημοσίευση:** το πιστοποιητικό τίθεται αμέσως σε ισχύ. QR κωδικός στο προϊόν, οφέλη από την πρώτη μέρα.
3. **Επέκταση:** από συλλογή σε συλλογή προστίθενται επιπλέον πεδία, σύμφωνα με τον ρυθμό της καθημερινής λειτουργίας.
4. **Εγγραφή:** όταν τεθεί σε ισχύ η υποχρέωση, η υπάρχουσα εγγραφή δεδομένων αντιστοιχίζεται στο τελικό μοντέλο και καταχωρείται από την Transpareo στο μητρώο της ΕΕ. Χωρίς νέα αρχή, χωρίς έργο, χωρίς πανικό για τις προθεσμίες.

6.2) Οι τέσσερις αντιρρήσεις που ακούω πιο συχνά

Αντίρρηση	Η απάντησή μου
«Το μοντέλο δεδομένων για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα δεν έχει ακόμη καθοριστεί.»	Η τεχνική δομή δεν έχει ακόμη καθοριστεί, αλλά το περιεχόμενο έχει καθοριστεί πλήρως. Το υλικό, η προέλευση, η φροντίδα, η επισκευή, τα πιστοποιητικά και η δυνατότητα ανακύκλωσης θα περιλαμβάνονται, δεν υπάρχει καμία σοβαρή αμφιβολία γι' αυτό. Οι δομές μπορούν να χαρτογραφηθούν αυτόματα, αρκεί τα περιεχόμενα να έχουν καταγραφεί με ακρίβεια και ανά πεδίο. Αυτή ακριβώς η καταγραφή είναι η πραγματική δουλειά, και πρέπει να γίνει ούτως ή άλλως.

Αντίρρηση	Η απάντησή μου
«Τότε θα κάνουμε διπλή δουλειά.»	Καταχωρείτε το σύνολο δεδομένων μία φορά στη βάση δεδομένων. Δημοσιεύεται αμέσως ως δελτίο προϊόντος και αργότερα καταχωρείται επιπλέον. Μία καταχώριση, πολλαπλές εκδόσεις.
«Περιμένουμε το πρότυπο.»	Έξι από τα οκτώ πρότυπα αναφέρονται ως εναρμονισμένα από τον Ιούλιο του 2026, το μητρώο λειτουργεί. Το πρότυπο που περιμέναμε έχει, σε μεγάλο βαθμό, ήδη θεσπιστεί. Τα δύο υπόλοιπα είναι γνωστά και έχουν ήδη εφαρμοστεί από την Transpareo. Και όποιος συνεχίζει να περιμένει, αναβάλλει ταυτόχρονα τις εξοικονομήσεις κόστους, τις ευκαιρίες πώλησης και την καμπύλη μάθησης.
«Δεν διαθέτουμε όλα τα δεδομένα.»	Κανείς δεν τα διαθέτει. Ένα διαβατήριο προϊόντος ξεκινά με τα υπάρχοντα στοιχεία και εξελίσσεται. Αυτό θα παραμείνει πάντα έτσι, ακόμη και μετά την καταχώριση στο μητρώο. Βλ. ενότητα 5.1.

6.3) Κίνδυνοι, που αναφέρονται ρητά

Κίνδυνος	Αξιολόγηση	Αντιμετώπιση
Το τελικό μοντέλο δεδομένων παρουσιάζει αποκλίσεις	μέτριος	Καταχώριση με βάση πεδία αντί για συνεχές κείμενο. Η αντιστοίχιση μπορεί να γίνει αυτόματα, ενώ η εκ νέου συλλογή δεδομένων ως προς το περιεχόμενο δεν θα ήταν εφικτή.
Χαμηλοί ρυθμοί σάρωσης στην αρχή	μέτριο	Διατύπωση της υπόσχεσης αξίας στην ετικέτα, δοκιμή και βελτιστοποίηση στο πιλοτικό στάδιο, πριν από την επέκταση σε μεγαλύτερη κλίμακα.
Η υποχρεωτική φυσική σήμανση παραμένει	υψηλό	Έχει ήδη ενσωματωθεί στην τιμή. Το ρεαλιστικό σενάριο αντικαθιστά αποκλειστικά τους εθελοντικούς φορείς.
Οι προμηθευτές δεν παρέχουν δεδομένα	μέτρια	Ξεκινήστε με τα δεδομένα που διαθέτετε εσωτερικά. Ενσωματώστε σταδιακά την παροχή δεδομένων στις συμβάσεις-πλαίσιο, όσο υπάρχει ακόμη περιθώριο διαπραγμάτευσης.
Δέσμευση σε έναν πάροχο	χαμηλή	Δυνατότητα μηνιαίας καταγγελίας, πλήρης εξαγωγή σε τέσσερα μορφότυπα, σταθερές διευθύνσεις των «διαβατηρίων», πρόγραμμα απεικόνισης ανοιχτού κώδικα. Ελέγξτε αυτό το σημείο για κάθε πάροχο που εξετάζετε· η λίστα ελέγχου παρόχων μας αναφέρει τις ερωτήσεις που αξίζει να θέσετε.

Κίνδυνος	Αξιολόγηση	Αντιμετώπιση
Προστασία δεδομένων κατά τη δημιουργία δυνητικών πελατών	χαμηλή	Σαφής συγκατάθεση (opt-in), περιορισμός του σκοπού και πολιτική διαγραφής από την αρχή.

6.4) Σχετικά με την επιλογή του παρόχου

Γράφω αυτό το κείμενο ως ιδρυτής της Transpareo, και θα πρέπει να το διαβάσετε με αυτό το πνεύμα. Γι' αυτό και η ακόλουθη επισήμανση είναι ακόμη πιο σημαντική για μένα.

Δημοσιεύσαμε έναν [κατάλογο ελέγχου παρόχων](#), ο οποίος έχει συνταχθεί με σκόπιμη ουδετερότητα ως προς τους παρόχους και περιλαμβάνει τριάντα κριτήρια που πραγματικά μετράνε για μια σωστή επιλογή πλατφόρμας: συμμόρφωση με τα πρότυπα, υποστήριξη του GSI Digital Link, πολιτική υπογραφών και αρχειοθέτησης, κυριαρχία επί των δεδομένων και δυνατότητα εξαγωγής, μοντέλο τιμολόγησης και κλιμάκωση ανάλογα με τον αριθμό SKU, δυνατότητα αποχώρησης. Εξετάστε προσεκτικά αυτή τη λίστα πριν λάβετε την απόφασή σας, ακόμη και αν τελικά αποφασίσετε να μην επιλέξετε εμάς. Δεν πρέπει να επιλέξετε μια πλατφόρμα που δεν περνάει έναν τέτοιο έλεγχο· αυτό ισχύει τόσο για εμάς όσο και για όλους τους άλλους.

Επιπλέον, στην ενότητα [«Ενημέρωση & Προοπτικές»](#) θα βρείτε συνεχώς εξειδικευμένα άρθρα σχετικά με τον ESPR, την τυποποίηση και τις πρακτικές εφαρμογής, καθώς και μια ανάλυση του ίδιου του κανονισμού στον [οδηγό μας για τον ESPR](#). Το πρόγραμμα απεικόνισης Transpareo Time Machine είναι ανοιχτού κώδικα υπό την άδεια GPL v3, οπότε κάθε πιστοποιητικό μπορεί να ελεγχθεί ανεξάρτητα από εμάς στον περιηγητή.

7) Οι πρώτοι 90 ημέρες

Και για να κλείσουμε, ένα σχέδιο που μπορείτε να ξεκινήσετε τη Δευτέρα. Δεν απαιτεί ανάθεση συμβουλευτικών υπηρεσιών, ούτε διαγωνισμό, ούτε αίτηση για χρηματοδότηση.

Περίοδος	Εργασία	Αποτέλεσμα
Εβδομάδες 1-2	Καταγραφή πραγματικών δαπανών: συλλογή τιμολογίων ετικετών, παραγγελιών ετικετών κρεμάσματος, δαπανών μετάφρασης και καταλόγων απόρριψης των τελευταίων δώδεκα μηνών	Χρησιμοποιήστε τα δικά σας στοιχεία αντί των υποθέσεων του μοντέλου μου από το κεφάλαιο 3

Περίοδος	Εργασία	Αποτέλεσμα
Εβδομάδες 2-4	Δημιουργία χάρτη δεδομένων: ποιο πεδίο βρίσκεται σε ποιο σύστημα, ποιος το συντηρεί, πόσο ενημερωμένο είναι. Χρησιμοποιήστε τους πίνακες του Κεφαλαίου 2 ως πρότυπο	Σαφή εικόνα σχετικά με την ωριμότητα των δεδομένων και τα πραγματικά κενά
Εβδομάδες 3-4	Καθορισμός πιλοτικής γκάμας: 20 έως 30 μοντέλα με υψηλή ορατότητα και καλό δυναμικό για storytelling. Δωρεάν δοκιμή, στη συνέχεια πακέτο «Small»	Πιλοτικό πρόγραμμα με σαφή εικόνα και ουσιαστικά αποτελέσματα
Εβδομάδες 4-6	Δημιουργία λογαριασμού, καθορισμός δομής πεδίων, εισαγωγή δεδομένων πιλοτικού προγράμματος μέσω εισαγωγής Excel	πρώτα πλήρη σύνολα δεδομένων
Εβδομάδες 6-8	Σχεδιασμός διάταξης και δομής περιεχομένου, καταχώριση προτάσεων συνδυασμών, διατύπωση υποσχέσεων αξίας για την ετικέτα	έτοιμο προς δημοσίευση πακέτο
Εβδομάδες 7-9	Συντονισμός της ενσωμάτωσης του QR με τον προμηθευτή ετικετών και ενσωμάτωσή του στην επόμενη, ούτως ή άλλως προγραμματισμένη, αλλαγή ετικετών	Οριακό κόστος της εισαγωγής σχεδόν μηδενικό
Εβδομάδες 8-10	Δημιουργία του πρώτου ερωτηματολογίου στο εργαλείο δημιουργίας δυναμικών πελατών. Σύσταση: παρατεταμένη εγγύηση με την εγγραφή του προϊόντος	Μηχανισμός δημιουργίας δυναμικών πελατών σε λειτουργία, το ερωτηματολόγιο ανοίγει αυτόματα μετά τη σάρωση
Εβδομάδες 10-12	Έναρξη λειτουργίας της πιλοτικής σειράς προϊόντων, καθορισμός δεικτών απόδοσης, έναρξη μέτρησης, ιδίως σύγκριση επιστροφών	Πρώτα πραγματικά δεδομένα σάρωσης και μετατροπής
Εβδομάδα 12	Αξιολόγηση, ενημέρωση της επιχειρηματικής μελέτης με τα πραγματικά στοιχεία, λήψη απόφασης για την επέκταση	αξιόπιστη βάση λήψης αποφάσεων

7.1) Τρία πράγματα που θα ήθελα να σας μεταφέρω

- **Αναγράψτε τα οφέλη στην ετικέτα.** Ένας απλός κωδικός QR σπάνια σαρώνεται. «Ψηφιακό δελτίο προϊόντος: συμβουλές φροντίδας, ταιριαστά στυλ, καθώς και η παρατεταμένη εγγύησή σας και πολλά άλλα» πολλαπλασιάζει το ποσοστό σάρωσης. Αυτή η φράση δεν κοστίζει τίποτα και καθορίζει ολόκληρο το τμήμα μάρκετινγκ του λογαριασμού.

- **Συνδέστε τη μετάβαση με την επόμενη αλλαγή ετικετών.** Όποιος ενσωματώσει τον κωδικό QR σε μια αλλαγή που ούτως ή άλλως πρόκειται να γίνει, δεν έχει πρακτικά κανένα κόστος μετάβασης. Όποιος το μετατρέψει σε ειδική προωθητική ενέργεια, πληρώνει διπλά.
- **Μετρήστε την επίδραση στις επιστροφές από την αρχή.** Η σύγκριση του ποσοστού επιστροφών μεταξύ όσων σαρώνουν και όσων δεν σαρώνουν είναι ο πιο πειστικός αριθμός που μπορείτε να παρουσιάσετε κατά το δεύτερο έτος και ο μοχλός με το μεγαλύτερο δυναμικό ανοδικής πορείας. Δεν είναι δυνατό να υπολογιστεί αναδρομικά.

Και αν, μετά από αυτό το έγγραφο, κάνετε μόνο ένα πράγμα: ρωτήστε στην εταιρεία σας για τον τελευταίο λογαριασμό του προμηθευτή ετικετών και διαιρέστε το ποσό με τον αριθμό των τεμαχίων. Αυτός ο αριθμός αποτελεί την αφετηρία κάθε σοβαρής συζήτησης σχετικά με το ψηφιακό διαβατήριο προϊόντος. Στις περισσότερες μάρκες με τις οποίες μιλάω, το ποσό αυτό είναι υψηλότερο από ό,τι θα περίμενε η διοίκηση.

Παράρτημα: Συνοπτική παρουσίαση όλων των παραδοχών

Κάθε αριθμός σε αυτό το έγγραφο αποτελεί είτε μία από τις ακόλουθες παραδοχές είτε προκύπτει μαθηματικά από αυτές. Αποφάσισα συνειδητά να μην ορίσω πουθενά μια τιμή που δεν θα ήταν κατανοητή και, σε περίπτωση αμφιβολίας, επέλεξα την πιο συντηρητική επιλογή.

Υπόθεση	Τιμή	Χαρακτηριστικό
Ετήσιες πωλήσεις	250.000 τεμάχια	Καθορισμός μοντέλων
Συνδυασμοί προϊόντων-χρωμάτων (= αριθμός συνδυασμών)	1.200	Καθορισμός μοντέλων
Φυσική σήμανση σήμερα	0,500 € ανά τεμάχιο	συνήθεις όροι του κλάδου
Φυσική σήμανση με δελτίο προϊόντος	0,200 € ανά τεμάχιο	υποθετικό μοντέλο
Προβλεπόμενη εξοικονόμηση (ρεαλιστικό σενάριο)	0,300 € ανά τεμάχιο	Διαφορά μεταξύ των δύο τιμών
Ηλεκτρονικές παραγγελίες	100.000 ετησίως	αντιστοιχεί σε ποσοστό 40 % D2C
Ποσοστό επιστροφών από ηλεκτρονικές παραγγελίες	42 %	τυπικό για τον κλάδο
Συνολικό κόστος ανά επιστροφή	11,00 €	τυπικό για τον κλάδο

Υπόθεση	Τιμή	Χαρακτηριστικό
Εκτιμώμενη μείωση των επιστροφών	1,0 ποσοστιαία μονάδα	σκόπιμα συντηρητική εκτίμηση
Ποσοστό σάρωσης QR	12 %	μέσος όρος με σαφή υπόσχεση οφέλους
Ποσοστό συμμετοχής στο ερωτηματολόγιο	25 % των σαρώσεων	εμπειρική τιμή με προσφορά πλεονεκτήματος
Μετατροπή cross-selling ανά σάρωση	3 %	συντηρητική
Αξία καλαθιού αγορών και ποσοστό συνεισφοράς κέρδους	65 € και 45 %	καθορισμός μοντέλου
Συγκριτική τιμή ανά δυνητικό πελάτη (CPL)	6,00 €	Εύρος τιμών στον τομέα της μόδας: 4 έως 12 €
Κόστος πλατφόρμας κατά την υλοποίηση (πακέτο Large)	περίπου 18.500 € ετησίως	Τιμή καταλόγου Αυγούστου 2026
Συνολικό κόστος εισαγωγής 1ου έτους	25.000 έως 40.000 €	Εκτίμηση εύρους τιμών
Τρέχον κόστος από το 2ο έτος	18.000 έως 25.000 €	Εκτίμηση εύρους τιμών

Όλες οι τιμές παρέχονται για επεξηγηματικούς σκοπούς και δεν υποκαθιστούν τον εξατομικευμένο υπολογισμό κάθε επιχείρησης. Ο υπολογισμός έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να μπορείτε να αντικαταστήσετε τις παραδοχές με τις δικές σας πραγματικές τιμές. Οι δηλώσεις σχετικά με το επιτρεπόμενο εύρος της μείωσης των ετικετών δεν αποτελούν νομική συμβουλή και πρέπει να εξετάζονται κατά περίπτωση.

Μπορείτε να βρείτε τον υπολογιστή του Excel για το παρόν έγγραφο, στον οποίο μπορείτε να αντικαταστήσετε κάθε υπόθεση με τα δικά σας αριθμητικά στοιχεία, στη [σελίδα μας σχετικά με το δελτίο προϊόντος για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα](#).

Σχετικά με τον συγγραφέα

Γκούντερ Ράιχελτ, ιδρυτής και στρατηγικός σύμβουλος της Transpareo εδώ και 19 χρόνια, πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου, μηχανικός κλωστοϋφαντουργίας, παθιασμένος επιχειρηματίας σε διάφορους τομείς εδώ και πάνω από 50 χρόνια. Ζούγκ, Ελβετία.

Εάν έχετε προτάσεις για αλλαγές, συμπληρώσεις ή περαιτέρω παρατηρήσεις σχετικά με μεμονωμένες θέσεις του υπολογισμού, θα χαρώ να λάβω τα σχόλιά σας. Θεωρώ αυτά τα θέματα εξαιρε-

τικά σημαντικά και αφιερώνω πολύ ευχαρίστως χρόνο για αυτά.

Σχετικά με την Transpareo

Η ελβετική εταιρεία Transpareo AG, με έδρα στο Tech Cluster Zug, προσφέρει μια πύλη αυτοεξυπηρέτησης για τη δημιουργία, τη διαχείριση και τη δημοσίευση ψηφιακών δελτίων προϊόντων για επιχειρήσεις όλων των κλάδων και μεγεθών, σε 40 γλώσσες. Το περιβάλλον χρήστη Transpareo Time Machine είναι ανοιχτού κώδικα.

Ήδη από σήμερα, η πύλη πληροί πλήρως τις απαιτήσεις του κανονισμού της ΕΕ για τον οικολογικό σχεδιασμό όσον αφορά τα ψηφιακά δελτία προϊόντων, καθώς και τα εναρμονισμένα πρότυπα που αναφέρονται στην εκτελεστική απόφαση (ΕΕ) 2026/1736 της 15ης Ιουλίου 2026. Η καταχώριση δεδομένων και η χρήση των ψηφιακών δελτίων προϊόντων είναι ήδη δυνατές.

- **Επικοινωνία με τα ΜΜΕ:** Günter Reichelt, Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Έδρα:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Ελβετία
- **Πύλη DPP:** transpareo.com

Τα Transpareo® και Transpareo Time Machine® είναι καταχωρημένα εμπορικά σήματα της Transpareo AG. Πνευματικά δικαιώματα 2026 Transpareo AG.

Πνευματικά δικαιώματα 2026 Transpareo AG, Zug, Ελβετία - transpareo.com