

डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट पहले से ही लाभदायक साबित हो रहा है।

फैशन ब्रांडों को उत्पाद पासपोर्ट रिकॉर्ड करने और प्रकाशित करने के लिए 2029 तक इंतजार क्यों नहीं करना चाहिए, और यूरो में इसका क्या मतलब है।

- **विषय:** ईयू आवश्यकता के लागू होने से पहले डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट के लागत-प्रभावशीलता और विपणन लाभ
- **किनके लिए:** कपड़ा और वस्त्र कंपनियों में वरिष्ठ प्रबंधन, विपणन, उत्पाद प्रबंधन, खरीद, स्थिरता और आईटी विभाग
- **इसमें शामिल हैं:** प्रकटीकृत मान्यताओं के साथ मॉडल गणना, डेटा मानचित्र, चरण मॉडल, 90-दिन की योजना
- **तिथि:** सितंबर 2026
- **एक्सेल कैलकुलेटर:** अपना स्वयं का डेटा दर्ज करने और अनुकूलित गणनाएँ बनाने के लिए उपलब्ध है
- **नोट:** मार्गदर्शन के लिए नमूना गणना। यह कानूनी, कर या निवेश संबंधी सलाह नहीं है।

प्रमुख आंकड़ा	मान
आज प्रति आइटम लेबलिंग	€0.50
डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट के साथ प्रति आइटम लेबलिंग	€0.20
वार्षिक बचत	€110,790

वार्षिक 250,000 इकाइयों की बिक्री वाले ब्रांड के लिए मॉडल गणना। सभी अनुमान अध्याय 3 और परिशिष्ट में दिए गए हैं और इन्हें आप अपने आंकड़ों से बदल सकते हैं।

Günter Reichelt, वस्त्र अभियंता, उत्साही उद्यमी, Transpareo के निदेशक मंडल के अध्यक्ष। अगस्त/सितंबर 2026।

Contents

आपको इंटरज़ार क्यों नहीं करना चाहिए	4
मैं इस पेपर में आपको जो दिखाना चाहूँगा	4
एक ही पृष्ठ पर चालान	5
सबसे ज्यादा किस बात ने मुझे मना लिया	5
1) पृष्ठभूमि: इस आवश्यकता के 2029 में लागू होने की उम्मीद है, जबकि इसके लाभ तुरंत महसूस किए जाएंगे।	6
1.1) समय-सारिणी, जैसा कि आयोग द्वारा स्वयं वर्णित है	6
1.2) दायित्व के पीछे का डेटा अवसर	6
1.3) प्रतीक्षा की लागत	7
2) आज आपके पास पहले से कौन सा डेटा है	7
2.1) उत्पाद की पहचान और प्रमुख विशेषताएँ	7
2.2) सामग्री, धागे और ग्रेड	8
2.3) देखभाल, पहनना, मरम्मत	8
2.4) उत्पत्ति, निर्माण और आपूर्ति श्रृंखला	9
2.5) प्रमाणपत्र, अनुपालन, स्थिरता	9
2.6) वाणिज्यिक जानकारी: अनदेखा पहलू	10
3) संक्रमण के आर्थिक लाभ	10
3.1) मॉडल कंपनी	11
3.2) आज भौतिक लेबलिंग	11
3.3) उत्पाद पासपोर्ट के साथ भौतिक लेबलिंग	12
3.4) तीन परिदृश्य	12
3.5) वस्त्र लेबलिंग का क्या होगा?	12
3.6) अप्रत्यक्ष प्रक्रिया और परिणामी लागतें	13
3.7) रिटर्न: सबसे बड़ा लीवर	14
3.8) कुल बिल, प्लेटफ़ॉर्म लागत सहित	14
3.9) यदि आप एक वर्ष में दो से अधिक संग्रह चलाते हैं	15
4) उत्पाद पासपोर्ट विपणन में कैसे मदद करता है	16
4.1) पूर्ण श्रेणी वाला एकमात्र संपर्क बिंदु	16
4.2) बंडल और क्रॉस-सेलिंग	16
4.3) कार्यक्रम, समुदाय, ब्रांड अनुभव	17
4.4) लीड जनरेटर	17
4.5) ट्रेडमार्क और कॉपीराइट संरक्षण	18
4.6) द्वितीयक बाजार और मूल्य संरक्षण	19
4.7) बहुभाषावाद और सुलभता	19
5) आपका संगठन कैसे लाभान्वित होगा	19
5.1) बस जो भी हाथ लगे, उससे ही शुरू कर दें।	20
5.2) डेटा आयात और एकीकरण, और दिशा क्यों मायने रखती है	20
5.3) डेटासेट अपने आप में एक मान के रूप में	21
5.4) वे प्रमुख मेट्रिक्स जिन्हें आपको पहले दिन से ही ट्रैक करना चाहिए	21
6) उत्पाद पासपोर्ट से ईयू रजिस्टर तक: महज एक औपचारिकता	22
6.1) रजिस्टर वास्तव में क्या करता है	22

6.2) चार आपत्तियाँ जो मैं सबसे अधिक सुनता हूँ	23
6.3) जोखिम, स्पष्ट रूप से पहचाने गए	23
6.4) एक प्रदाता चुनना	23
7) पहले 90 दिन	24
7.1) तीन बातें जो मैं आपके साथ साझा करना चाहूँगा	25
परिशिष्ट: सभी मान्यताओं का एक अवलोकन	25
लेखक के बारे में	26
ट्रांसपेरियो के बारे में	26

आपको इंतज़ार क्यों नहीं करना चाहिए

मैं पैंतालीस वर्षों से व्यवसाय खड़ा कर रहा हूँ, जिनमें से कुछ वस्त्र और फैशन उद्योग से संबंधित रहे हैं। एक वस्त्र अभियंता के रूप में - भले ही वह बहुत समय पहले की बात हो - और अन्य कई उद्यमी अनुभवों के साथ, मैं अच्छी तरह जानता हूँ कि सामग्री निर्दिष्ट करने और देखभाल लेबल अंतिम रूप देने में कितना खर्च आता है। इसीलिए मैं यह लेख एक उत्साही उद्यमी के रूप में और एक ऐसे व्यक्ति के रूप में लिख रहा हूँ जो जानता है कि चार-परत देखभाल लेबल वाले साटन रिबन का लागत गणना पर क्या प्रभाव पड़ता है।

पृष्ठभूमि अच्छी तरह से जानी जाती है। 27 मई 2026 को अपनी DG GROW प्रस्तुति में, यूरोपीय आयोग ने घोषणा की कि वस्त्रों पर प्रत्यापित अधिनियम 2027 की तीसरी या चौथी तिमाही में अपनाया जाएगा, और उत्पाद पासपोर्ट 2029 में अनिवार्य हो जाएगा। मैं कई चर्चाओं से इस पर आम प्रतिक्रियाओं से परिचित हूँ: इंतज़ार करें और देखें, घटनाक्रम पर नजर रखें, और इसे दो साल बाद फिर से एजेंडा में शामिल करें।

मुझे लगता है कि यह एक गलती है - और वह भी कोई मामूली नहीं।

उत्पाद पासपोर्ट के लाभ और लागत-प्रभावशीलता इसके अनिवार्य होने पर निर्भर नहीं करते हैं। वे इस तथ्य पर निर्भर करते हैं कि आपके पास उत्पाद डेटा है जिसे आप वर्तमान में बहुत अधिक खर्च करके कपड़े पर प्रिंट करते हैं, काफी लागत पर अनुवादित करते हैं, और अंत में अधिशेष स्टॉक के रूप में बर्बाद कर देते हैं - और जिसे कोई नहीं पढ़ता क्योंकि प्रिंट बहुत छोटा होता है। ये लागतें हर एक दिन होती हैं जब आप इंतज़ार करते हैं। मार्केटिंग लाभों का तो जिक्र ही नहीं।

मैं इस पेपर में आपको जो दिखाना चाहूँगा

सबसे पहले: डेटा लंबे समय से उपलब्ध है। सामग्री संरचना, धागे की गिनती, कपड़े के प्रकार, देखभाल के निर्देश, निर्माण का स्थान, आकार, रंग और स्टाइलिंग सुझाव - ये सभी आपके PIM, ERP, तकनीकी पैक और प्रमाणपत्र फ़ोल्डरों में मिल सकते हैं। मेरे अनुभव में, एक वास्तव में उपयोगी फैशन उत्पाद पासपोर्ट का लगभग तीन-चौथाई हिस्सा मौजूदा डेटा का उपयोग करके पहले से ही भरा जा सकता है। आपको कुछ भी नया आविष्कार करने की आवश्यकता नहीं है। आपको बस इसे एक केंद्रीय स्थान पर एक साथ लाना है।

दूसरा: आज यह आपको वास्तविक धन खर्च करा रहा है। अध्याय 3 में मॉडल गणना में, मैं केवल लेबल, हैंगटैग, इन्सर्ट और उनकी संलग्नता के लिए प्रति परिधान €0.50 का आंकड़ा प्राप्त करता हूँ। इस आंकड़े पर €0.30 की वास्तविक बचत की जा सकती है; प्रति वर्ष 250,000 आइटमों के साथ, यह हर साल €75,000 के बराबर होता है। यदि आप अनुवाद लागत, शेष लेबल स्टॉक के निपटान, पुनः-लेबलिंग और रिटर्न में कमी का एक बहुत ही रूढ़िवादी अनुमान जोड़ते हैं, तो कागज़ पर यह राशि प्रति वर्ष €110,790 निकलती है। यह प्रति बेची गई वस्तु €0.44 के बराबर है। यह एक मॉडल गणना है। आपके पास वास्तविक आँकड़े हैं, और वे कमोबेश एक जैसे ही दिखेंगे।

तीसरा, और यह मेरे लिए सबसे महत्वपूर्ण बात है: परिधान पर मौजूद QR कोड ही एकमात्र माध्यम है जो वास्तव में आपके हर ग्राहक तक पहुँचता है। सिर्फ न्यूज़लेटर के सब्सक्राइबर ही नहीं, सिर्फ ऑनलाइन खरीदार ही नहीं, बल्कि वह महिला भी जो एंटरप्राइस की एक मल्टी-ब्रांड दुकान से आपकी ड्रेस खरीद चुकी है और जिसके बारे में आपको अभी तक कुछ भी पता नहीं है। मेरी उदाहरण गणना में, यह एक साल में 1,50,000 वस्तुओं के बराबर है जो अब तक बाज़ार से बिना किसी निशान के गायब हो चुकी हैं। बड़े ब्रांडों के लिए, यह संख्या लाखों तक पहुँच जाती है।

चौथा: जब समय आएगा, तो EU रजिस्टर में डेटा अपलोड करना केवल एक औपचारिकता होगी। यह रजिस्टर 20 जुलाई 2026 से परिचालन में है और पहचानकर्ता तथा मेटाडेटा संग्रहीत करता है; यह स्वयं उत्पाद पासपोर्ट संग्रहीत नहीं करता, एक ऐसा बिंदु जिसे अक्सर गलत समझा जाता है। वास्तविक डेटा आर्थिक संचालक या उनके सेवा प्रदाता के पास ही रहता है। Transpareo, 15 जुलाई 2026 को आधिकारिक जर्नल में Implementing Decision (EU) 2026/1736 में उद्धृत समन्वित मानकों का पूरी तरह से पालन करता है। जब यह दायित्व लागू होगा, तो इसे पूरा करने में आपको केवल कुछ ही मिनट लगेंगे। Transpareo आपके लिए यह स्वचालित रूप से संभाल लेगा।

एक ही पृष्ठ पर चालान

मॉडल कंपनी: परिधान ब्रांड, वार्षिक बिक्री 250,000 आइटम, लगभग 1,200 आइटम-रंग संयोजन, नौ यूरोपीय संघ भाषा क्षेत्रों में बिक्री, 40 प्रतिशत प्रत्यक्ष ऑनलाइन बिक्री। सभी अनुमान प्रकट किए गए हैं और इन्हें आप अपने आंकड़ों से प्रतिस्थापित कर सकते हैं।

लाभ ब्लॉक	वार्षिक प्रभाव	प्रकार
लेबल, हैंगटैग, इंसर्ट, पैकेजिंग	€75,000	लागत बचत
अनुवाद, पुनः लेबलिंग, स्कैपिंग, सेवा	€24,790	लागत बचत
रिटर्न, केवल एक प्रतिशत अंक पर गणना किया गया	€11,000	लागत बचत
उप-कुल लागत बचत	€110,790	प्रति आइटम €0.44
वर्ष 1 में व्यय (प्लेटफॉर्म, डेटा संग्रह, क्यूआर एकीकरण)	-€25,000 से -€40,000	निवेश
पहले वर्ष में ही शुद्ध प्रभाव	+€71,000 से +€86,000	
उत्पाद पासपोर्ट के माध्यम से क्रॉस-सेलिंग योगदान मार्जिन	€26,325	अतिरिक्त राजस्व
7,500 लीड्स, जिनमें से 4,500 पहले अनाम इन-स्टोर ग्राहक थे	€45,000	मीडिया समतुल्य

व्युत्पत्ति अध्याय 3 और 4 में दी गई है। 'मीडिया समतुल्य' का अर्थ है: वह व्यय जो आपको भुगतान किए गए चैनलों के माध्यम से समान संख्या में योग्य लीड्स उत्पन्न करने के लिए करना पड़ता। यह नकदी प्रवाह का प्रतिनिधित्व नहीं करता और इसलिए इसे अलग से दिखाया गया है।

सबसे ज्यादा किस बात ने मुझे मना लिया

सच कहूँ तो, यह लेबल पर बचाए गए पैसे नहीं थे। यह तो अच्छी बात है, लेकिन इससे सिर्फ परियोजना को फंड करने में मदद मिलती है। मुझे तो कुछ और ही भाया।

उत्पाद हर व्यवसाय का केंद्र बिंदु होते हैं। फिर भी, मैं जिन लगभग हर संगठन को जानता हूँ, उनमें इन्हीं उत्पादों से संबंधित डेटा इधर-उधर बिखरा हुआ है: कुछ ईआरपी सिस्टम में, कुछ व्यक्तिगत कर्मचारियों द्वारा रखी गई एक्सेल स्प्रेडशीट्स में, कुछ आपूर्तिकर्ताओं से मिली पीडीएफ फाइलों में, और कुछ उन दो लोगों के दिमाग में जो अंततः सेवानिवृत्त हो जाएंगे। उत्पाद पासपोर्ट की आवश्यकता आपको इन सभी जानकारी को एक साथ लाने के लिए मजबूर कर रही है। यह वह अवसर है जिसका कई कंपनियाँ वर्षों से इंतजार कर रही थीं, लेकिन कभी इसे प्राप्त नहीं कर सकीं।

और एक बार जब यह डेटा संरचित होकर एक ही स्थान पर संग्रहीत हो जाता है, तो यह ऐसी संभावनाएं खोलता है जो पहले संभव ही नहीं थीं: आप इसे किसी भी समय, पूरी तरह से या आंशिक रूप से, अपने स्वयं के एआई मॉडल को प्रशिक्षित करने के लिए, एजेंट-आधारित अनुप्रयोगों के लिए, खरीद और उत्पादन योजना के लिए, और अनुसंधान और विकास के लिए पुनः प्राप्त कर सकते हैं। और वह भी बिना एक भी टोकन प्रकाशित किए। इस पर अधिक जानकारी अनुभाग 5.3 में।

मेरी सलाह, संक्षेप में: उस डेटा के साथ शुरुआत करें जो आपके पास पहले से है और जिसे किसी से पूछे बिना प्राप्त किया जा सकता है। इसका उपयोग पहले कैटलॉग प्रकाशित करने के लिए करें। अपने डेटा सेट का विस्तार एक-एक संग्रह करके करें। जब तक यह अनिवार्य हो जाएगा, तब तक आप इस क्षेत्र में दो से तीन साल आगे होंगे, और उस अवधि के दौरान इस बदलाव ने अपने आप को कई गुना वसूल कर लिया होगा।

1) पृष्ठभूमि: इस आवश्यकता के 2029 में लागू होने की उम्मीद है, जबकि इसके लाभ तुरंत महसूस किए जाएंगे।

इकोडिज़ाइन विनियमन (EU) 2024/1781 जुलाई 2024 से लागू है। 2026 वह वर्ष था जिसमें बुनियादी ढांचा चालू हुआ: मई में, आठ CEN/CENELEC मानक प्रकाशित किए गए; 15 जुलाई को, इनमें से छह को आधिकारिक जर्नल में कार्यान्वयन निर्णय (EU) 2026/1736 के माध्यम से समरूपित के रूप में उद्धृत किया गया, जबकि शेष दो मानकों की सामग्री ज्ञात है। 20 जुलाई को, उत्पाद पासपोर्ट के लिए ईयू रजिस्टर चालू हो गया। अभी भी जो चीज़ें अनुपस्थित हैं, वे उत्पाद-समूह-विशिष्ट प्रत्यायित अधिनियम हैं।

1.1) समय-सारिणी, जैसा कि आयोग द्वारा स्वयं वर्णित है

तारीख	घटना	इसका आपके लिए क्या मतलब है
जुलाई 2026 से	उद्धृत सुसंगत मानक, ईयू रजिस्टर परिचालन में	तकनीकी संरचना तैयार है। जो लोग अभी शुरुआत करते हैं, वे एक ठोस नींव पर निर्माण कर रहे हैं।
फरवरी 2027	विनियमन (ईयू) 2023/1542 के तहत कुछ बैटरी समूहों के लिए पहली बाध्यता	एक मिसाल। इस बिंदु से, उत्पाद पासपोर्ट बाज़ार में एक वास्तविकता बन जाता है।
2027 की तीसरी/चौथी तिमाही	वस्त्रों पर प्रतिनिधि अधिनियम की उम्मीद (डीजी ग्रो, 27 मई 2026)	तभी आपको अनिवार्य फ़िल्ड की अंतिम सूची पता चलेगी। मुख्य सामग्री पहले ही अंतिम रूप दे दी गई है।
2029 में अपेक्षित	वस्त्रों और परिधानों के लिए अनिवार्य आवेदन	इस बिंदु से आगे, उत्पाद पासपोर्ट बाज़ार तक पहुँच के लिए एक पूर्वापेक्षा बन जाता है। पासपोर्ट नहीं, तो यूरोपीय संघ में बिक्री नहीं।
अब से तब तक	दो से तीन साल	यह आपके लिए अवसर की खिड़की है। यह बंद हो जाएगी, और यह सभी के लिए एक ही समय में बंद हो जाएगी।

1.2) दायित्व के पीछे का डेटा अवसर

मैं इस अवसर का उपयोग उस बिंदु को उठाने के लिए करना चाहूंगा जिसे चर्चा में लगभग पूरी तरह से अनदेखा किया गया है।

उत्पाद पासपोर्ट की आवश्यकता को अक्सर एक नियामक बोझ के रूप में चर्चा किया जाता है। इसे एक अलग दृष्टिकोण से क्यों न देखा जाए? पिछले पचास वर्षों में मैंने जितनी भी कंपनियों से मुलाकात की है, उनमें से किसी ने भी अपनी मर्जी से 'हम अपने सभी उत्पाद डेटा को एक ही जगह ला रहे हैं' नामक कोई पहल नहीं की है / इसके अलावा, आवश्यकताएँ समय के साथ विकसित हुई हैं। हमेशा अधिक तात्कालिक मामले होते रहे। डेटा बिखरा ही रहा: खरीद में सामग्री विनिर्देश, गुणवत्ता प्रबंधन में देखभाल निर्देश, अनुपालन फ़ोल्डर में प्रमाणपत्र, तकनीकी पैक में आकार चार्ट, विपणन में स्टाइलिंग सिफारिशें, और खातों में आपूर्तिकर्ता पते।

उत्पाद हर व्यवसाय का केंद्र बिंदु होते हैं। फिर भी, उत्पाद डेटा अधिकांश कंपनियों के पास मौजूद सबसे अव्यवस्थित संपत्ति है, क्योंकि इसे विकेंद्रीकृत तरीके से प्रबंधित किया जाता है। प्रोडक्ट पासपोर्ट लंबे समय में पहली बाहरी पहल है जो इस स्थिति को बदलने के लिए पर्याप्त शक्तिशाली है, साथ ही इसमें शामिल प्रयास को पुरस्कृत भी करती है, क्योंकि इसके परिणाम तत्काल आर्थिक और विपणन लाभ प्रदान करते हैं।

केंद्रीय रूप से उपलब्ध संरचित उत्पाद डेटा से ऐसे विश्लेषण और माप प्राप्त करना संभव है जो पहले अकल्पनीय थे, क्योंकि कोई भी एक ही नज़र में पूरे डेटा को नहीं देख सकता था। तीन मौसमों में सबसे कम शिकायतें किस धागे की गुणवत्ता के कारण होती हैं? कौन सा रंग काम करने वाला सबसे सुसंगत रंग मान प्रदान करता है? कौन सा कपड़े का संयोजन किस वापसी दर से संबंधित है? इस तरह के सवालों का जवाब चार अलग-अलग विभागों की पाँच एक्सेल फ़ाइलों का उपयोग करके नहीं दिया जा सकता।

1.3) प्रतीक्षा की लागत

पहलू	आज शुरू करें	2028/2029 तक शुरू न करें
डेटा संग्रह	धीरे-धीरे, संग्रह चक्र के अनुरूप, दिन-प्रतिदिन के संचालन के हिस्से के रूप में	समय की कमी के कारण परियोजना; 2028 में बाहरी सहायता दुर्लभ और महंगी होगी, क्योंकि हर कोई एक ही समय में शुरू कर रहा होगा
आपूर्तिकर्ता	डेटा डिलीवरी पर कई ऑर्डर चक्रों के दौरान फ्रेमवर्क समझौतों में बातचीत होगी	सभी आपूर्तिकर्ताओं के साथ एक साथ पुनर्वाता, बिना समय और बिना किसी लाभ के
लेबलिंग लागत	अगले संग्रह से कम हो जाएगी	अपरिवर्तित रहेगी; मॉडल मामले में, तीन वर्षों में लगभग €225,000
विपणन	पहले प्रकाशित संग्रह से प्रभावी होगा	तब तक पूरी तरह से छोड़ दिया जाएगा जब तक कि यह अनिवार्य न हो जाए
क्यूआर एकीकरण	लेबल परिवर्तन के हिस्से के रूप में लागू किया जाएगा जो वैसे भी होना है; नगण्य लागत	अलग संक्रमण, जिसमें संभवतः स्टॉक आइटमों का पुनः लेबलिंग शामिल है
प्रतिस्पर्धा	सामग्री, ग्राहक डेटा और डेटा गुणवत्ता में अग्रणी	टाई। एक ऐसी आवश्यकता जिसका पालन हर कोई करता है, अब कोई बिक्री बिंदु नहीं है

वह आखिरी बिंदु मेरे लिए महत्वपूर्ण है। जिस क्षण से उत्पाद पासपोर्ट अनिवार्य हो जाएगा, हर किसी के पास एक होगा। उस समय यह बस एक मानक आवश्यकता होगी जिसे हर कोई पूरा करेगा। प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त केवल वर्तमान में खुली हुई अवसर की खिड़की के भीतर ही मौजूद है।

2) आज आपके पास पहले से कौन सा डेटा है

सिस्टम के बारे में सोचने से पहले, आपको अपनी वर्तमान स्थिति की समीक्षा करनी चाहिए। निम्नलिखित अवलोकन दिखाते हैं कि कपड़ों की कंपनियों में आमतौर पर पहले से ही क्या उपलब्ध होता है, जो आमतौर पर PIM, ERP, टेक पैक्स, प्रयोगशाला रिपोर्टों, प्रमाणपत्र फ़ोल्डर्स, आपूर्तिकर्ता विनिर्देशों और ऑनलाइन स्टोर में बिखरा होता है। इनमें से अधिकांश को उत्पाद के लिए पहले से ही मुद्रित रूप में प्रदान करना होता है।

मैं इन तालिकाओं को एक कार्यशील टेम्पलेट के रूप में उपयोग करने और प्रत्येक फ़ील्ड के रखरखाव के लिए जिम्मेदार व्यक्ति को निर्दिष्ट करने हेतु एक तीसरा स्तंभ जोड़ने की सलाह देता हूँ। अंततः, इस प्रश्न का उत्तर देना उस प्रश्न की तुलना में अधिक कठिन है कि फ़ील्ड कहाँ स्थित है।

2.1) उत्पाद की पहचान और प्रमुख विशेषताएँ

डेटा फ़ील्ड	सामान्य स्रोत	आज उत्पाद पर?
आइटम और स्टाइल नंबर, रंग कोड, एसकेयू	ईआरपी / पीआईएम	हैंगटैग, लेबल
जीटीआईएन / ईएन, सीरियल या बैच नंबर	ईआरपी / मास्टर डेटा	हैंगटैग बारकोड
कलेक्शन, सीज़न, डिलीवरी विंडो	कलेक्शन प्लानिंग	नहीं
उत्पाद का नाम, संक्षिप्त विवरण	पीआईएम / ऑनलाइन शॉप	कभी-कभी
आकार और साइज़िंग सिस्टम (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / आकार चार्ट	आकार लेबल

डेटा फ़ील्ड	सामान्य स्रोत	आज उत्पाद पर?
रंग, रंग का नाम, रंग संख्या, डाई लॉट	ERP / आपूर्तिकर्ता विनिर्देश	लेबल
फिट और कट (रेगुलर, स्लिम, ओवरसाइज़्ड)	टेक पैक / ऑनलाइन शॉप	नहीं
साइज़ चार्ट (छाती, कमर, लंबाई, आस्तीन)	टेक पैक / सैंपल रिपोर्ट	नहीं
मॉडल के माप ('मॉडल 1.78 मीटर लंबा है और M साइज़ पहनता है')	फोटो शूट रिपोर्ट	नहीं
उत्पाद का वज़न	शिपिंग मास्टर डेटा	नहीं

2.2) सामग्री, धागे और ग्रेड

डेटा फ़ील्ड	सामान्य स्रोत	वर्तमान में उत्पाद पर?
घटक के अनुसार प्रतिशत में फाइबर संरचना	आपूर्तिकर्ता विनिर्देश / प्रयोगशाला	अनिवार्य लेबल
धागे की गिनती (Nm, Ne, dtex), ट्विस्ट, धागे का प्रकार	टेक पैक / बुनाई मिल	नहीं
बुनाई या निट का प्रकार (जर्सी, टवील, इंटरलॉक, पॉप्लिन)	टेक पैक	नहीं
प्रति इकाई क्षेत्र में वजन ग्राम/वर्ग मीटर में, धागे की घनता	सामग्री डेटा शीट	नहीं
फिनिश (मर्सराइज़्ड, सैनफोराइज़्ड, जल-प्रतिरोधी)	आपूर्तिकर्ता विनिर्देश	कभी-कभी हैंगटैग पर
अस्तर, इंटरलाइनिंग, वाडिंग, भराई सामग्री	बिल ऑफ मटेरियल्स	लेबल
ट्रिम्स: बटन, ज़िप, ड्रास्ट्रिंग, एप्लिक	बिल ऑफ मटेरियल्स	नहीं
पुनर्वनीकरण सामग्री, जैव-आधारित फाइबर का अनुपात	आपूर्तिकर्ता की घोषणा	कभी-कभी हैंगटैग पर
फाइबर का मूल (जैसे कपास का मूल)	आपूर्ति श्रृंखला दस्तावेज़ीकरण	शायद ही कभी
रंग और रासायनिक वर्ग, RSL अनुपालन	परीक्षण रिपोर्ट / प्रयोगशाला	नहीं
सिकुड़न मान, घर्षण स्थिरता, पिलिंग रेटिंग, प्रकाश स्थिरता	परीक्षण रिपोर्ट	नहीं

2.3) देखभाल, पहनना, मरम्मत

डेटा फ़ील्ड	सामान्य स्रोत	आज उत्पाद पर?
GINETEX / ISO 3758 के अनुसार देखभाल प्रतीक	देखभाल लेबलिंग	अनिवार्य लेबल
सादा-पाठ देखभाल निर्देश, बहुभाषी	गुणवत्ता प्रबंधन	लेबल / पर्ची
विस्तृत धुलाई संबंधी सिफ़ारिशें (डिटर्जेंट, लोड का आकार, पानी का तापमान)	गुणवत्ता प्रबंधन	शायद ही कभी
सुखाने, इस्त्री करने और ड्राई-क्लीनिंग संबंधी निर्देश	देखभाल लेबलिंग	लेबल

डेटा फ़्रील्ड	सामान्य स्रोत	आज उत्पाद पर?
रंग छूटने, उभड़ने और सिकुड़ने के बारे में जानकारी	परीक्षण रिपोर्ट	कुछ मामलों में
पहनने, अवसरों और मौसमी उपयुक्तता के लिए सिफारिशें	मार्केटिंग / ऑनलाइन शॉप	नहीं
पहनने और बांधने के निर्देश (रैप ट्रेस, टाई, स्कार्फ)	मार्केटिंग / वीडियो	नहीं
मरम्मत के निर्देश, mending और darning गाइड	गुणवत्ता प्रबंधन	नहीं
अतिरिक्त पुर्जे: अतिरिक्त बटन, अतिरिक्त धागा, ज़िप पुलर	पुर्जों की सूची / सेवा	शामिल
वारंटी और शिकायतों की शर्तें और नियम	कानूनी विभाग / नियम और शर्तें	शायद ही कभी

2.4) उत्पत्ति, निर्माण और आपूर्ति श्रृंखला

डेटा फ़्रील्ड	सामान्य स्रोत	वर्तमान में उत्पाद पर?
निर्माण का देश ('मेड इन ...')	उत्पत्ति का प्रमाण / सीमा शुल्क	अनिवार्य
परिधान निर्माता, कारखाने का पता (टियर 1)	खरीद / ऑडिट रिपोर्ट	नहीं
बुनाई मिल, बुनाई मिल, रंगाई मिल, फिनिशिंग प्लांट (टीयर 2/3)	आपूर्तिकर्ता मैपिंग	नहीं
विनिर्माण सुविधा के सामाजिक और पर्यावरणीय ऑडिट	अनुपालन / amfori BSCI, SA8000	नहीं
निर्माता की पहचान और ईयू संपर्क पता (GPSR)	कानूनी विभाग	अनिवार्य जानकारी
आयातक और वितरक	सीमा शुल्क / मास्टर डेटा	आंशिक रूप से
उत्पादन की तारीख और उत्पादन बैच	ईआरपी / ऑर्डर डेटा	शायद ही कभी

2.5) प्रमाणपत्र, अनुपालन, स्थिरता

डेटा फ़्रील्ड	सामान्य स्रोत	वर्तमान में उत्पाद पर?
OEKO-TEX STANDARD 100, प्रमाणपत्र संख्या और वैधता अवधि	प्रमाणपत्र फ़ोल्डर	हैंगटैग
GOTS, OCS, GRS, RCS जिसमें लेनदेन प्रमाणपत्र शामिल हैं	प्रमाणपत्र फ़ोल्डर	हैंगटैग
RWS, RDS, लेदर वर्किंग ग्रुप, ब्लूसाइन, C2C	प्रमाणपत्र फ़ोल्डर	हैंगटैग
REACH और POP अनुपालन घोषणाएँ	अनुपालन	नहीं
सुरक्षा मानक (जैसे बच्चों के कपड़ों में ड्रास्टिंग पर EN 14682)	गुणवत्ता प्रबंधन	नहीं
चेतावनी लेबल (ज्वलनशीलता, छोटे हिस्से, एलर्जन)	गुणवत्ता प्रबंधन	लेबल
CO2e, जल या ऊर्जा प्रदर्शन संकेतक, जहाँ एकत्र किए गए हों	स्थिरता रिपोर्ट / एलसीए	नहीं

डेटा फ़्रील्ड	सामान्य स्रोत	वर्तमान में उत्पाद पर?
वापस लेने, पुनर्चक्रण और निपटान के निर्देश	स्थिरता / वापस लेना	शायद ही कभी
ब्रांड का सेकंड-हैंड और पुनर्विक्रय कार्यक्रम	विपणन	नहीं

2.6) वाणिज्यिक जानकारी: अनदेखा पहलू

नियामक दृष्टिकोण से यह श्रेणी पूरी तरह से अप्रासंगिक है। आर्थिक दृष्टि से यह सबसे मूल्यवान है। यह पहले से ही आपके संगठन के भीतर पूरी तरह मौजूद है - ऑनलाइन शॉप, लुकबुक और मार्केटिंग कैलेंडर में - फिर भी अब तक भौतिक उत्पाद पर इसका बिल्कुल भी उपयोग नहीं किया गया है, क्योंकि हैंगटैग पर इसके लिए कोई जगह नहीं है।

जानकारी	उपलब्ध
स्टाइलिंग सुझाव: मैचिंग टॉप, ट्राउज़र, जूते, एक्सेसरीज़	लुकबुक, स्टाइलिंग गाइड, शॉप सिफारिश लॉजिक
अभियान शूट से पूरा आउटफिट	शूट लॉग, अभियान एसेट्स
उत्पाद वीडियो, 360-डिग्री व्यू, क्लोज़-अप	मीडिया डेटाबेस
ब्रांड का इतिहास, डिज़ाइनर का बयान, कलेक्शन की थीम	कलेक्शन ब्रीफिंग, पीआर सामग्री
उसी मॉडल के लिए अतिरिक्त रंग और आकार उपलब्ध	PIM / दुकान
फिर से ऑर्डर और स्टॉक भरने के लिंक, इच्छा सूची	दुकान प्रणाली
स्टोर फाइंडर, खुलने का समय, स्टाइलिंग परामर्श अपॉइंटमेंट	खुदरा मास्टर डेटा
कार्यक्रम: इन-स्टोर कार्यक्रम, सैंपल सेल, रिपेयर कैफे, शो	मार्केटिंग कैलेंडर
लॉयल्टी प्रोग्राम, न्यूज़लेटर, सामुदायिक पहुँच	सीआरएम
ग्राहक समीक्षा और उपयोगकर्ता-जनित सामग्री	दुकान / सोशल मीडिया

अगर आप सोच रहे हैं कि कहाँ से शुरू करें: इस तालिका से। यह एकमात्र तालिका है जिसके लिए आपको किसी भी आपूर्तिकर्ता से संपर्क नहीं करना पड़ेगा।

3) संक्रमण के आर्थिक लाभ

अब मुख्य प्रश्न पर आते हैं: यदि पारंपरिक सूचना वाहकों को हटा दिया जाए और मूलतः वस्त्र पर केवल एक QR कोड शेष रहे, तो कितनी बचत की जा सकती है? मैंने जानबूझकर गणना को सतर्कतापूर्वक और पूरी तरह पारदर्शी तरीके से संरचित किया है ताकि आप अपनी खरीद शर्तों को लागू कर सकें। नीचे दी गई तालिकाओं में प्रत्येक आंकड़ा या तो एक घोषित अनुमान है या पिछले पंक्तियों से व्युत्पन्न है।

3.1) मॉडल कंपनी

पैरामीटर	मान
वार्षिक बिक्री	2,50,000 परिधान
उत्पाद श्रृंखला	लगभग 350 शैलियाँ, लगभग 1,200 आइटम-रंग संयोजन
संग्रह	2 मुख्य संग्रह प्लस प्रति वर्ष 2 फॉलो-अप संग्रह
बाज़ार	DACH प्लस छह अन्य ईयू देश, केयर लेबल पर नौ भाषाएँ
वितरण	60% भौतिक (अपना खुद का खुदरा और थोक), 40% D2C ऑनलाइन
ऑनलाइन ऑर्डर	प्रति वर्ष लगभग 100,000 ऑर्डर लाइनें
औसत बास्केट मूल्य	€65 शुद्ध, योगदान मार्जिन अनुपात 45%

यदि आपकी कंपनी सालाना छह, आठ या बारह ड्रॉप्स के आधार पर संचालित होती है - और कई ब्रांड अब ऐसा करते हैं - तो नीचे दिए गए सभी आंकड़े काफी बेहतर हो जाते हैं, क्योंकि प्रिंट रन छोटे हो जाते हैं, स्क्रीप दरें बढ़ जाती हैं और अनुवाद चक्र अधिक बार होते हैं। इस संबंध में, मॉडल गणना सबसे खराब स्थिति का प्रतिनिधित्व करती है। अधिक जानकारी के लिए अनुभाग 3.9 देखें।

3.2) आज भौतिक लेबलिंग

इसमें सामग्री, मुद्रण, फिनिशिंग और आवेदन के लिए आनुपातिक श्रम लागत शामिल हैं। ये आंकड़े मध्यम मुद्रण मात्राओं के लिए मध्य-मूल्य श्रेणी में मानक नियमों और शर्तों के अनुरूप हैं।

आइटम	प्रति आइटम	250,000 आइटम के लिए
ब्रांड और गर्दन का लेबल, बुना हुआ	€0.045	€11,250
आकार का लेबल	€0.010	€2,500
देखभाल और संरचना लेबल, नौ भाषाओं में, बहु-परत	€0.065	€16,250
अतिरिक्त लेबल: उत्पत्ति, प्रमाण पत्र, चेतावनियाँ	€0.020	€5,000
मुख्य हैंगटैग, दो-तरफा, तैयार	€0.110	€27,500
दूसरा हैंगटैग: स्थिरता और ब्रांड की कहानी	€0.060	€15,000
रस्सी, सील, सुरक्षा धागा	€0.030	€7,500
देखभाल और मरम्मत पर इंसर्ट और पुस्तिका	€0.070	€17,500
असेंबली और संलग्न करना (काम के अनुपात में समय)	€0.090	€22,500
अब तक कुल	€0.500	€125,000

3.3) उत्पाद पासपोर्ट के साथ भौतिक लेबलिंग

सब कुछ हटाया नहीं जा रहा है, और मैं ऐसा दावा भी नहीं कर रहा हूँ। बुना हुआ ब्रांड लेबल बना रहेगा; यह ब्रांड पहचान का हिस्सा है, सूचना वाहक नहीं। साइज़ लेबल भी बना रहेगा, क्योंकि अन्यथा दुकान में कोई भी स्टॉक को छॉट नहीं पाएगा। देखभाल और संरचना लेबल भी रहेगा, लेकिन इसे काफी सरल बनाया जाएगा: प्रतीक, संक्षिप्त विवरण और एक QR कोड एक ही परत पर, चार परतों में 4-पॉइंट टाइपफेस में नौ भाषा संस्करणों के बजाय।

आइटम	प्रति आइटम	250,000 आइटमों के लिए
ब्रांड और गर्दन के लेबल, बुने हुए (बिना बदले)	€0.045	€11,250
आकार लेबल (बिना बदला हुआ)	€0.010	€2,500
देखभाल लेबल कम किया गया: प्रतीक, संक्षिप्त निर्देश, एकल-परत	€0.035	€8,750
क्यूआर कोड, मौजूदा लेबल प्रिंटिंग में एकीकृत	€0.005	€1,250
कीमत और क्यूआर कोड वाला एक स्लिम रिटेल हैंगटैग	€0.055	€13,750
पैकेजिंग, कम	€0.050	€12,500
कुल, उत्पाद पासपोर्ट सहित	€0.200	€50,000

3.4) तीन परिदृश्य

परिदृश्य	क्या छोड़ा गया	प्रति आइटम	प्रति वर्ष
रूढ़िवादी	दूसरा हैंगटैग, पुस्तिका और अतिरिक्त लेबल हटा दिया गया; पैकेजिंग लागत में थोड़ी कमी; क्यूआर कोड जोड़ा गया	€0.160	€40,000
यथार्थवादी (तालिका 3.2 बनाम 3.3)	एक पतले हैंगटैग और एक-परत केयर लेबल में अतिरिक्त समेकन	€0.300	€75,000
महत्वाकांक्षी	डिजिटल टेक्सटाइल लेबलिंग भी अनुमत: केयर लेबल हटा दिया गया; हैंगटैग केवल मूल्य टैग बन जाता है	€0.360	€90,000

संरक्षणवादी गणना: $0.060 + 0.070 + 0.020 + 0.015$ (पैकेजिंग) $- 0.005$ (QR) $= 0.160$ € वास्तविक: $0.500 - 0.200 = 0.300$ €। महत्वाकांक्षी: $0.300 + 0.035$ (केयर लेबल) $+ 0.025$ (हेंग टैग) $= 0.360$ €।

आगे की सभी गणनाओं के लिए, मैं लगातार यथार्थपरक परिदृश्य का उपयोग करूँगा: प्रति आइटम €0.30, प्रति वर्ष €75,000।

3.5) वस्त्र लेबलिंग का क्या होगा?

यहाँ सावधानी बरतने की आवश्यकता है, इसलिए मैं इसे स्पष्ट कर दूँ। वर्तमान स्थिति में, वस्त्र लेबलिंग विनियमन (EU) संख्या 1007/2011 अभी भी यह अनिवार्य करता है कि फाइबर संरचना उत्पाद पर या उसके भीतर भौतिक रूप से प्रदर्शित की जाए। इसी तरह, सामान्य उत्पाद सुरक्षा विनियमन

(GPSR) के तहत निर्माताओं की जानकारी और सुरक्षा-संबंधी चेतावनियों को वर्तमान में केवल डिजिटल माध्यमों से प्रतिस्थापित नहीं किया जा सकता।

यही कारण है कि यथार्थपरक परिदृश्य को ठीक इसी तरह से गणना किया गया है: यह केवल स्वैच्छिक सूचना प्रदान करने के साधनों - अर्थात् हैंगटैग, इन्सर्ट, पूरक लेबल और अनिवार्य आवश्यकताओं से परे बहुभाषी सामग्री - को प्रतिस्थापित करता है। यह एक भी विनियम में संशोधन किए बिना वर्तमान कानूनी ढांचे के भीतर काम करता है।

हालाँकि, इस दिशा में मेरी राय स्पष्ट है: टेक्सटाइल लेबलिंग विनियम के तहत आवश्यक जानकारी को वैसे भी फैशन और वस्त्रों के उत्पाद पासपोर्ट में शामिल करना और दिखाई देना बहुत संभव है। यदि वही जानकारी डिजिटल रूप में उपलब्ध कराई जानी आवश्यक है, तो व्यावहारिक आधार पर अतिरिक्त भौतिक लेबलिंग को उचित ठहराना कठिन है, क्योंकि यह बिना कोई अतिरिक्त जानकारी दिए लेबल, सामग्री, श्रम और संसाधनों पर लागत बढ़ाती है। उत्पाद पासपोर्ट के संबंध में वस्त्र लेबलिंग विनियमन के संशोधन पर चर्चा की जा रही है। इस पर अभी तक कोई निर्णय नहीं लिया गया है, और इसलिए अनुभाग 3.4 में उल्लिखित महत्वाकांक्षी परिदृश्य को स्पष्ट रूप से एक भविष्य के विकल्प के रूप में पहचाना गया है और इसे समग्र गणनाओं में शामिल नहीं किया गया है।

जो कोई भी पहले से ही उत्पाद पासपोर्ट में डेटा पूरी तरह से रखता है, उसे जब ऐसा बदलाव होता है तो छोटे लेबल का ऑर्डर देने के अलावा कुछ भी करने की आवश्यकता नहीं होगी। जो कोई भी यह डेटा नहीं रखता है, उसे फिर से शुरुआत से शुरू करना होगा।

3.6) अप्रत्यक्ष प्रक्रिया और परिणामी लागतें

लेबल की इकाई कीमत तो केवल बर्फ के पहाड़ की नोक भर है। कई संगठनों में, संबंधित प्रक्रिया लागत स्वयं सामग्री की लागत से भी अधिक होती है और किसी भी लागत केंद्र में एकल मद के रूप में दिखाई नहीं देती। संयोगवश, यही कारण है कि प्रबंधन लेखांकन में इन बचतों का नियमित रूप से कम आकलन किया जाता है।

लागत श्रेणी	वर्तमान वार्षिक लागत	कमी	बचत
लेबल पाठों का अनुवाद, प्रूफरीडिंग और लेआउट (9 भाषाएँ, 4 संग्रह लॉन्च)	€14,000	70%	€9,800
पाठ त्रुटियों या उत्पाद श्रृंखला में बदलाव की स्थिति में पुनर्मुद्रण और पुनः लेबलिंग (3,500 आइटम × €0.90)	€3,150	80%	€2,520
संग्रह में बदलाव के बाद लेबल और हैंगटैग के शेष स्टॉक का निपटान (लेबल बजट का 8 प्रतिशत)	€10,000	60 प्रतिशत	€6,000
लेबल वेरिएंट का भंडारण, पिकिंग और हैंडलिंग	€6,000	50%	€3,000
पैकेजिंग और कागज के लिए लाइसेंस शुल्क (ईपीआर, प्रति आइटम लगभग 4 ग्राम गत्ते का)	€400	80%	€320
देखभाल, आकार और सामग्री के संबंध में ग्राहक सेवा पूछताछ (3,000 टिकट × €3.50)	€10,500	30 प्रतिशत	€3,150
कुल	€44,050		€24,790

मेरे लिए सबसे महत्वपूर्ण बिंदु है: लचीलापन। एक मुद्रित लेबल पत्थर पर लिखा हुआ होता है**। यदि** देखभाल संबंधी निर्देश को बाद में ठीक किया जाए, कोई प्रमाणपत्र समाप्त हो जाए, या कोई स्टाइलिंग सिफारिश बेमानी हो जाए क्योंकि संबंधित आइटम बिक चुका है: एक बार मुद्रित हो जाने के बाद, पीछे मुड़कर नहीं देखा जा सकता। एक उत्पाद पासपोर्ट को किसी भी समय केंद्रीय रूप से अपडेट किया जा सकता है, और यह वर्तमान

में बाज़ार में मौजूद सभी वस्तुओं पर लागू होता है, जिसमें दो साल पहले बेची गई वस्तुएँ भी शामिल हैं। यह एक गुणात्मक अंतर है और इसलिए इसे ऊपर दी गई तालिका में दर्शाना मुश्किल है। जिसने भी कभी गलत देखभाल प्रतीक के कारण उत्पाद वापसी (product recall) का आयोजन किया है, वह ठीक-ठीक जानता है कि मैं किस बारे में बात कर रहा हूँ।

3.7) रिटर्न: सबसे बड़ा लीवर

ऑनलाइन फैशन क्षेत्र में रिटर्न सबसे बड़ा लागत चालक है। इनमें से एक महत्वपूर्ण हिस्सा फिटिंग संबंधी समस्याओं और उत्पाद तथा ग्राहक की अपेक्षाओं के बीच असंगतताओं के कारण होता है, साथ ही सामग्री और देखभाल निर्देशों को लेकर अनिश्चितता भी इसका एक कारण है। यहीं पर उत्पाद पासपोर्ट काम आता है: प्रत्येक आकार के लिए व्यापक आकार चार्ट, सामग्री के व्यवहार संबंधी जानकारी, सिकुड़न दरें, पहनने की विशेषताएँ, मॉडल के माप और वीडियो। यह खरीद से पहले स्टोर में स्कैन करके और खरीद के बाद घर पर भी उपलब्ध है।

पैरामीटर	मान	प्रभाव
प्रति वर्ष ऑनलाइन ऑर्डर	100,000	
वर्तमान वापसी दर	42%	42,000 रिटर्न
प्रति रिटर्न कुल लागत (ढुलाई, निरीक्षण, पुनर्निर्माण, मूल्यह्रास)	€11.00	€462,000
1.0 प्रतिशत अंक की कमी	-1,000 रिटर्न	€11,000
2.0 प्रतिशत अंकों की कमी	-2,000 रिटर्न	€22,000
3.0 प्रतिशत अंकों की कमी	-3,000 रिटर्न	€33,000

कुल गणना में, मैंने जानबूझकर केवल एक प्रतिशत अंक ही माना है। यह बहुत ही रूढ़िवादी अनुमान भी प्रति वर्ष €11,000 देता है। प्रत्येक अतिरिक्त प्रतिशत बिंदु फिर से वही राशि उत्पन्न करता है। यह वह लीवर है जिसमें वृद्धि की अब तक की सबसे अधिक संभावना है, और इसे पायलट चरण के दौरान विशेष रूप से मापा जाना चाहिए। इस पर अधिक जानकारी अनुभाग 5.4 में।

3.8) कुल बिल, प्लेटफ़ॉर्म लागत सहित

मद	प्रति वर्ष	प्रति इकाई
लेबलिंग और पैकेजिंग (वास्तविक परिदृश्य)	€75,000	€0.300
अप्रत्यक्ष प्रक्रिया, अनुवाद और सेवा लागत	€24,790	€0.099
रिटर्न में कमी (1 प्रतिशत अंक, रूढ़िवादी अनुमान)	€11,000	€0.044
सकल बचत	€110,790	**€0.443
वर्ष 1 में लागतें: प्लेटफ़ॉर्म, डेटा संग्रह, क्यूआर एकीकरण, आंतरिक समय	-€25,000 से -€40,000	
वर्ष 1 में शुद्ध प्रभाव	+€71,000 से +€86,000	
वर्ष 2 और उसके बाद की लागतें: प्लेटफ़ॉर्म और चल रही रखरखाव	-€18,000 से -€25,000	
वर्ष 2 और उसके बाद का शुद्ध प्रभाव	+€86,000 से +€93,000	

पारदर्शी प्लेटफ़ॉर्म लागत। Transpareo की कीमत प्रकाशित उत्पाद प्रोफाइल की संख्या पर आधारित है**;* सदस्यता किसी भी समय रद्द की जा सकती है, और सभी डेटा किसी भी समय पूरी तरह से निर्यात किया जा सकता है। इसलिए हमें किसी दीर्घकालिक प्रतिबद्धता की आवश्यकता नहीं है, जिसे मैं स्वाभाविक मानता हूँ, लेकिन दुर्भाग्यवश इस बाज़ार में यह सामान्य नहीं है।

योजना	उत्पाद पैकेज	CHF / माह	EUR / माह
छोटा, पायलट और एंट्री-लेवल के लिए	100 तक	139	लगभग 153
मध्यम	1,000 तक	559	लगभग 629
लार्ज, 1,200 एसकेयू (SKU) के लिए उदाहरण परिदृश्य	10,000 तक	1,399	लगभग 1,539
असीमित	असीमित	3,499	लगभग 3,849

अगस्त 2026 तक की कीमतें, वर्तमान बीटा छूट सहित, जिसमें 40 भाषाओं में एआई अनुवाद, एक समर्पित डोमेन, ब्रांडिंग, GS1 डिजिटल लिंक, लीड जनरेशन, एनालिटिक्स, REST API, और आयात एवं निर्यात फ़ंक्शन शामिल हैं। नवीनतम नियम एवं शर्तों और वर्तमान प्रचारों के लिए transpareo.com देखें।

शुरू करने के लिए, इसका मतलब है कि पायलट योजना, जिसमें बीस से तीस मॉडल शामिल हैं, की लागत आपको प्रति माह 139 से 199 CHF के बीच पड़ेगी। इस दस्तावेज़ में मौजूद हर अन्य मद की तुलना में, यह केवल गोल-मोल करने का मामला है; तुरंत शुरू न करने का कोई वित्तीय कारण नहीं है। टैरिफ केवल तब ही उसी के अनुसार बढ़ता है जब पूरे उत्पाद श्रृंखला में सिस्टम लागू किया जाता है। उदाहरण परिदृश्य में, लगभग 1,200 आइटम-रंग संयोजनों के साथ, यह प्रति वर्ष लगभग €18,500 के 'लार्ज' टैरिफ के अनुरूप है, और यह ऊपर उल्लिखित लागत सीमाओं में शामिल है। €110,790 की बचत की तुलना में, यह लगभग 17 प्रतिशत का प्रतिनिधित्व करता है।

3.9) यदि आप एक वर्ष में दो से अधिक संग्रह चलाते हैं

इन दिनों कई ब्रांड लगातार अपनी उत्पाद श्रृंखलाओं का नवीनीकरण और विस्तार कर रहे हैं। यह आंकड़ों के मामले में गुणक की तरह काम करता है - तर्क के दोनों पक्षों में।

लागत का ब्योरा	2 संग्रह प्लस 2 फॉलो-अप रिलीज़	प्रति वर्ष 8 से 12 ड्रॉप
लेबल प्रिंट रन	मध्यम प्रिंट रन, अच्छी वॉल्यूम छूट	छोटे प्रिंट रन, खराब वॉल्यूम छूट, प्रति यूनिट कीमत बढ़ती है
अनुवाद और लेआउट	प्रति वर्ष 4 चक्र	8 से 12 चक्र; €14,000 की लागत आसानी से दोगुनी हो जाती है
अतिरिक्त स्टॉक का निपटान	लेबल बजट का 8 प्रतिशत	अनुभव के आधार पर 12 से 18 प्रतिशत, क्योंकि बदलाव अधिक बार किए जाते हैं
न्यूनतम ऑर्डर मात्राएँ	शायद ही कभी बाध्यकारी	नियमित रूप से बाध्यकारी, जिससे व्यवस्थित रूप से अधिक ऑर्डर करने की प्रवृत्ति होती है
बाज़ार में आने का समय	पूर्वानुमेय	लेबल का लीड टाइम ड्रॉप के लिए एक बाधा बन जाता है

अंतिम बिंदु अक्सर अनदेखा कर दिया जाता है, फिर भी यह वास्तव में सबसे महत्वपूर्ण है: यदि किसी ड्रॉप को केयर लेबल की डिलीवरी का इंतजार करना पड़े, तो इससे कीमती बिक्री के दिन नष्ट हो जाते हैं। एक उत्पाद पासपोर्ट कुछ ही मिनटों में अपडेट किया जा सकता है। मैं सुझाव देता हूँ कि

उच्च ड्रॉप आवृत्ति वाले किसी भी व्यवसाय को अपने आंकड़ों का उपयोग करके मॉडल की गणना स्वयं करनी चाहिए। परिणाम आमतौर पर यहाँ दिखाए गए परिणाम से काफी बेहतर होता है।

4) उत्पाद पासपोर्ट विपणन में कैसे मदद करता है

लागत बचत परियोजना को वित्तपोषित करती है। वास्तविक रणनीतिक मूल्य कहीं और निहित है: उत्पाद पासपोर्ट एक अनिवार्य लेबल को उत्पाद पर एक स्थायी, ब्रांड-विशिष्ट चैनल में बदल देता है।

4.1) पूर्ण श्रेणी वाला एकमात्र संपर्क बिंदु

हर दूसरा चैनल केवल एक चुनिंदा समूह तक ही पहुँचता है। न्यूज़लेटर सब्सक्राइबर्स तक पहुँचता है। सोशल मीडिया फॉलोअर्स और पेड रीच तक पहुँचता है। दुकान ऑनलाइन खरीदारों तक पहुँचती है। प्रत्येक बेचे गए आइटम पर QR कोड संलग्न होता है।

विशेषता	पारंपरिक चैनल	उत्पाद पर उत्पाद जानकारी का लेबल
पहुँच	खरीदारों का एक उपसमूह	बेचा गया हर आइटम
भौतिक स्टोर के ग्राहक	आम तौर पर गुमनाम	पहली बार लक्षित किया जा सकता है
मीडिया लागत	चलती रहती है, प्रति संपर्क	कोई नहीं; उत्पाद स्वयं माध्यम का काम करता है
संपर्क की अवधि	अभियान की अवधि	उपयोग का संपूर्ण जीवनकाल, अक्सर वर्षों तक
ट्रिगर	ब्रांड	स्वयं ग्राहक, जिसके परिणामस्वरूप उच्च स्तर का ध्यान आकर्षित होता है
सेकंड-हैंड मालिक	पहुँच से बाहर	पुनर्विक्रय पर एक नया संपर्क बन जाते हैं

दूसरा बिंदु वह है जिस पर मैं फैशन उद्यमियों के साथ सबसे अधिक चर्चा करता हूँ। एक सामान्य परिदृश्य में, 60 प्रतिशत स्टॉक भौतिक दुकानों में काउंटर पर बेचा जाता है। यह सालाना 1,50,000 आइटम हैं, जिन्हें आप उन लोगों को बेचते हैं जिनके बारे में आप कुछ भी नहीं जानते और जिनसे आपका आगे कभी कोई संपर्क नहीं होता। प्रोडक्ट पासपोर्ट इस चक्र को POS सिस्टम इंटीग्रेशन की आवश्यकता के बिना, लॉयल्टी कार्ड के बिना और रिटेल पार्टनर से किसी भी कार्रवाई की आवश्यकता के बिना तोड़ देता है।

4.2) बंडल और क्रॉस-सेलिंग

मिश्रित और मेल किए जा सकने वाले आइटमों का संदर्भ उत्पाद पासपोर्ट में एक मानक सेवा सुविधा है। जो कोई भी अभी-अभी खरीदी गई स्कर्ट पर कोड स्कैन कर रहा है, वह बिल्कुल उस स्थिति में होता है जहाँ मेल खाने वाली ब्लाउज की सिफारिश मददगार होती है, न कि परेशान करने वाली। यही अंतर है किसी भी रिटारगेटिंग विज्ञापन से जो तीन दिन बाद दिखाई देता है।

- अभियान शूट का पूरा लुक, तुरंत ऑर्डर के लिए उपलब्ध
- मैचिंग एक्सेसरीज़: बेल्ट, स्कार्फ, बैग, जूते
- उसी स्टाइल के अन्य रंग और साइज़
- उसी आइटम का फिर से स्टॉक - जब पसंदीदा पीस की बात आती है तो यह बिक्री का एक बहुत ही कम आंका गया ड्राइवर है
- मौसमी जोड़: पतझड़ में समर ड्रेस के साथ पहनने के लिए एकदम सही बुना हुआ कोट

- देखभाल के उत्पाद: ऊन डिटर्जेंट, लिंट रिमूवर, वॉटरप्रूफिंग स्प्रे, अतिरिक्त बटन

क्रॉस-सेलिंग, गणना विधि	मान्य	परिणाम
प्रति वर्ष स्टोर में क्यूआर कोड	2,50,000	
जब एक स्पष्ट मूल्य प्रस्ताव दिखाई देता है तो स्कैन दर	12%	30,000 स्कैन
उत्पाद संयोजन अनुशंसा के लिए रूपांतरण दर	3%	900 ऑर्डर
औसत बास्केट मूल्य	€65	€58,500 का टर्नओवर
योगदान मार्जिन अनुपात	45%	€26,325 का योगदान मार्जिन

उपभोक्ता वस्तुओं के स्कैन दरें आमतौर पर 5 से 15 प्रतिशत के बीच होती हैं। यदि लेबल केवल एक सादा कोड नहीं बल्कि 'देखभाल टिप्स, आपकी शैली के अनुरूप सुझाव और आपकी विस्तारित वारंटी' जैसे विशिष्ट लाभ बताता है तो ये दरें काफी बढ़ जाती हैं। यह वाक्यांश कोई अतिरिक्त लागत नहीं बढ़ाता और यह मेरे ज्ञात सबसे प्रभावी एकल उपाय है।

4.3) कार्यक्रम, समुदाय, ब्रांड अनुभव

उत्पाद पासपोर्ट को QR कोड बदलने की आवश्यकता के बिना किसी भी समय स्वतंत्र रूप से संपादित और अपडेट किया जा सकता है। इसका मतलब है कि बाजार में मौजूद हर कपड़ा वर्तमान घटनाओं के लिए एक वितरण चैनल बन जाता है, भले ही वह बिकने के कई साल बाद भी हो।

- इन-स्टोर इवेंट्स, सैंपल सेल्स, कलेक्शन लॉन्च और ट्रंक शो के लिए निमंत्रण
- निकटतम स्टोर में व्यक्तिगत स्टाइलिंग परामर्श के लिए अपॉइंटमेंट बुक करना
- मरम्मत कैफे और मरम्मत सेवाएं - उच्च ग्राहक प्रतिधारण मूल्य के साथ स्थिरता का एक मजबूत प्रदर्शन
- क्षेत्रीय लक्ष्यीकरण: केवल स्टोर के पास के ग्राहक ही इसके कार्यक्रम देखते हैं
- पंजीकृत ग्राहकों के लिए प्री-सेल विंडो और सामुदायिक पहल

4.4) लीड जनरेटर

Transpareo लीड जनरेटर के साथ, आप एजेंसी की आवश्यकता के बिना स्वयं जितने चाहें उतने प्रश्नावली बना सकते हैं - और उन्हें उत्पाद पासपोर्ट से लिंक कर सकते हैं। इसकी प्रभावशीलता के लिए एक तकनीकी विवरण महत्वपूर्ण है: QR कोड स्कैन होते ही प्रश्नावली स्वचालित रूप से खुल जाती है। ग्राहक को कुछ भी खोजने या क्लिक करने की आवश्यकता नहीं होती। जिसने भी कभी लोगों से एक अतिरिक्त क्लिक करने को कहकर फॉर्म भरवाने की कोशिश की है, वह जानता है कि इससे प्रतिक्रिया दर में कितना फर्क पड़ता है।

यह तंत्र स्वयं पुराना है, और यह काम करता है: ग्राहक को जानकारी प्रदान करने और अपनी सहमति देने के बदले में एक ठोस लाभ मिलता है।

ग्राहक के लिए लाभ	प्रश्नावली के प्रश्न	आपके लिए लाभ
उत्पाद पंजीकरण के बाद विस्तारित वारंटी	खरीद की तारीख, खरीद का स्थान, संपर्क विवरण	थोक क्षेत्र में प्रारंभिक संपर्क और बिक्री में पारदर्शिता
खरीदी गई वस्तु के लिए व्यक्तिगत स्टाइलिंग गाइड	स्टाइल की प्राथमिकताएँ, अवसर, आकार	अभियानों और उत्पाद श्रृंखला की योजना के लिए विभाजन

ग्राहक के लिए लाभ	प्रभावली के प्रश्न	आपके लिए लाभ
अगली खरीद पर लाभ या बोनस	ईमेल, न्यूज़लेटर की सहमति	बिना मीडिया लागत के ऑफ्ट-इन लीड
नए संग्रह तक शीघ्र पहुँच	पसंदीदा श्रेणियाँ, मूल्य इच्छा	ऑर्डर करने से पहले मांग का संकेत
पुरस्कार ड्रॉ या सामुदायिक कार्यक्रम में भागीदारी	क्षेत्र, स्टोर वरीयता	स्थान-आधारित सक्रियण
फिटिंग पर प्रतिक्रिया और अगली बार के लिए आकार की सिफारिशें	शरीर के माप, फिटिंग का आकलन	रिटर्न कम करने के लिए सीधा डेटा स्रोत
मुफ्त मरम्मत जाँच	जीवनकाल, घिसाव के संकेत	उत्पाद विकास के लिए फीड्स से गुणवत्ता डेटा

अंतिम पंक्ति सब कुछ फिर से शुरू की ओर ले आती है - जो फैशन उद्योग में लगभग कभी नहीं होता। फिट और टिकाऊपन पर प्रतिक्रिया आमतौर पर केवल रिटर्न के कारणों और शिकायतों के माध्यम से उत्पाद विकास तक पहुँचती है - जिसका मतलब है कि यह पक्षपातपूर्ण, नकारात्मक रूप से झुका हुआ और विलंबित होता है। उत्पाद पासपोर्ट के माध्यम से यह वास्तविक उपयोग के महीनों बाद संतुष्ट पहनने वालों से आती है। एक वस्त्र अभियंता के रूप में, मैं इस तरह के डेटा स्रोत को ही चाहता था।

लीड जनरेशन, गणना विधि	मान लेना	परिणाम
प्रति वर्ष स्कैन (250,000 का 12%)	30,000	
स्वचालित रूप से खोले गए प्रभावली में भागीदारी	25%	7,500 लीड्स
जिनमें से भौतिक खुदरा से, अब तक अज्ञात	60 प्रतिशत	4,500 नए संपर्क
फैशन में लीड लागत के लिए तुलनात्मक आंकड़ा	प्रति लीड €6	€45,000 मीडिया समतुल्य

मीडिया समतुल्य मूल्य नकदी प्रवाह का प्रतिनिधित्व नहीं करता है और इसलिए इसे समेकित खातों में अलग से दिखाया जाता है। हालांकि, गुणात्मक दृष्टि से यह अंतर राशि से भी अधिक है: उत्पाद कैटलॉग से प्राप्त लीड एक सत्यापित खरीदार से आती है, जिसकी उत्पाद खरीद इतिहास ज्ञात है।

4.5) ट्रेडमार्क और कॉपीराइट संरक्षण

उत्पाद पासपोर्ट के संदर्भ में इस विषय पर अब तक आश्चर्यजनक रूप से बहुत कम चर्चा हुई है, हालांकि यह प्रीमियम और लक्ज़री ब्रांड्स के लिए सबसे बड़ा एकल लाभ हो सकता है, और यह तुरंत उपलब्ध है।

एक उत्पाद पासपोर्ट जो ब्रांड द्वारा बनाए गए संस्करणबद्ध और क्रिप्टोग्राफ़िक रूप से हस्ताक्षरित डेटा रिकॉर्ड को संदर्भित करने के लिए एक अद्वितीय पहचानकर्ता का उपयोग करता है, उत्पत्ति का प्रमाण है। खरीदार अपने ब्राउज़र में यह जांच सकता है कि वस्तु असली है, कहां से आई है और इसे कब बाज़ार में उतारा गया था। नकली बनाने वाला QR कोड की नकल तो कर सकता है, लेकिन वह आपके डेटाबेस में वैध प्रविष्टि नहीं बना सकता और न ही वैध हस्ताक्षर प्रदान कर सकता है।

उपयोग:

- उच्च-गुणवत्ता वाले परिधानों, बैगों, घड़ियों और लक्ज़री सामानों के लिए उत्पत्ति का प्रमाण
- सीमा शुल्क और बाज़ार निगरानी प्राधिकरणों के लिए निर्माता से परामर्श किए बिना प्रामाणिकता सत्यापित करने की क्षमता
- सेकंड-हैंड बाज़ार में विश्वास का निर्माण, जहाँ प्रामाणिकता खरीदने में मुख्य बाधा है
- केवल उत्पाद श्रृंखला के बजाय प्रत्येक व्यक्तिगत आइटम के लिए सीरियल नंबर, जहाँ यह सार्थक हो

- जहाँ संगठनात्मक रूप से संभव हो, खुदरा आउटलेट के प्रभारी प्रबंधक एप्लिकेशन मैनेजर में एक प्राधिकरण का उपयोग करके खरीदार का नाम और खरीद के आगे के विवरण दर्ज कर सकते हैं, इस प्रकार इस जानकारी को उत्पाद पासपोर्ट में स्थायी रूप से दर्ज कर सकते हैं

मुझे पूरी उम्मीद है कि एनएफसी और आरएफआईडी तकनीकें, जो क्यूआर कोड में निहित एक ही पहचानकर्ता का उपयोग करती हैं, अगले कुछ वर्षों में यहाँ स्थापित हो जाएँगी। किनारे में सिल दी गई एक चिप, जिसमें वही पहचानकर्ता होता है, एक मुद्रित वर्ग की तुलना में नकली बनाना काफी कठिन है। एनएफटी-आधारित स्वामित्व प्रमाण भी इस पहचानकर्ता को आधार के रूप में उपयोग करेंगे। मुख्य बात यह है: जो कोई भी आज डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट का उपयोग करके प्रत्येक उत्पाद के लिए एक स्वच्छ, अद्वितीय पहचानकर्ता स्थापित करता है, वह इन सभी तकनीकों के लिए पहले से ही तैयार है।

4.6) द्वितीयक बाजार और मूल्य संरक्षण

सेकंड-हैंड फैशन बाजार प्राथमिक बाजार की तुलना में तेज़ी से बढ़ रहा है। उत्पाद पासपोर्ट का इस क्षेत्र में तीनहरा प्रभाव है:

- **मूल्य का संरक्षण।** अपनी सामग्री, उत्पत्ति और देखभाल के पूर्ण, डिजिटल रूप से दर्ज किए गए इतिहास वाले परिधान की पुनर्विक्रय कीमत, अस्पष्ट लेबल वाले परिधान की तुलना में अधिक होती है। इसका प्रभाव इस बात पर पड़ता है कि लोग नया खरीदते समय कितना भुगतान करने को तैयार हैं।
- **प्रामाणिकता।** नकली उत्पादों से सुरक्षा के लिए अनुभाग 4.5 देखें। सेकंड-हैंड बाज़ार में, यह सबसे निर्णायक बिक्री बिंदु है।
- **बिना अधिग्रहण लागत के नए संपर्क।** सेकंड-हैंड खरीदार वस्तु को स्कैन करता है और अंततः आपके पास आता है। एक सेकंड-हैंड बिक्री, जिससे आपको कुछ भी कमाई नहीं होती, एक संभावित ग्राहक और संभावित रूप से एक नए ग्राहक में बदल जाती है।

4.7) बहुभाषावाद और सुलभता

साटन रिबन की चार परतों पर 4-पॉइंट टाइप में नौ भाषाओं में मुद्रित एक केयर लेबल, वास्तव में, जनसंख्या के एक महत्वपूर्ण हिस्से के लिए अपठनीय है। यह हर साठ वर्ष से अधिक आयु के ग्राहक, दृष्टिबाधित कोई भी व्यक्ति, और तीसरे धोने के बाद लेबल को पढ़ने में असमर्थ कोई भी व्यक्ति पर लागू होता है।

एक उत्पाद पासपोर्ट स्क्रीन प्रदर्शन के लिए अनुकूलित होता है, स्क्रीन रीडर द्वारा पढ़ा जा सकता है, आवश्यकतानुसार ज़ूम इन किया जा सकता है और इसमें उच्च कंट्रास्ट होता है। यह सीधे यूरोपीय पहुँचनीयता अधिनियम की आवश्यकताओं को पूरा करता है।

जब भाषा की बात आती है, तो एक और कारक यह है कि भौगोलिक स्थिति अब मायने नहीं रखती। Transpareo सभी डेटाबेस जानकारी को बिना किसी अतिरिक्त लागत के सभी यूरोपीय भाषाओं के साथ-साथ बंगाली, चीनी, हिंदी, इंडोनेशियाई, जापानी, कोरियाई और वियतनामी में भी अनुवाद करता है - कुल 40 भाषाएँ, जिसमें सभी 24 आधिकारिक ईयू भाषाएँ शामिल हैं। एप्लिकेशन मैनेजर में, प्रत्येक उपयोगकर्ता अपनी कार्य भाषा स्वयं चुनता है। ब्राउज़र की भाषा पास पेज पर स्वचालित रूप से दिखाई देती है, बिना ग्राहक को कोई सेटिंग्स समायोजित किए।

आपके लिए इसका मतलब दो बातें हैं। एक अतिरिक्त बाजार आपको लेबल की चौड़ाई का एक भी मिलीमीटर या किसी भी अनुवाद शुल्क का खर्च नहीं कराता। और आपूर्ति श्रृंखला में प्रयुक्त सभी भाषाएँ भी शामिल हैं: बांग्लादेश की सिलाई कार्यशाला, वियतनाम का आपूर्तिकर्ता और चीन का साझेदार आपकी विशिष्टताओं को अपनी-अपनी भाषा में पढ़ सकते हैं। व्यवहार में, यह ग्राहक पक्ष जितना ही मूल्यवान है।

5) आपका संगठन कैसे लाभान्वित होगा

जो लाभ मापना सबसे कठिन है, लेकिन जो दीर्घकाल में सबसे महत्वपूर्ण है, वह संगठन के भीतर ही निहित है। एक उत्पाद पासपोर्ट एक डेटा उत्पाद है, और इसके लिए स्पष्ट रूप से परिभाषित जिम्मेदारियाँ, एकीकृत स्रोत और समन्वित आपूर्तिकर्ताओं की आवश्यकता होती है। इनमें से कुछ भी अल्पकाल में हासिल नहीं किया जा सकता। डेटा की गुणवत्ता खरीदी नहीं जा सकती; इसे अर्जित करना होता है।

5.1) बस जो भी हाथ लगे, उससे ही शुरू कर दें।

उत्पाद पासपोर्ट से संबंधित परियोजनाओं के असफल होने का सबसे आम कारण यह गलत धारणा है कि आपको पहले ही सब कुछ तैयार रखना होगा। यह गलत और ठहराव पैदा करने वाली धारणा है। बिना पूछताछ किए पहले से उपलब्ध और सुलभ डेटा से शुरुआत करें - यदि संदेह हो, तो अनुभाग 2.6 से शुरू करें, जिसके लिए आपको किसी से संपर्क करने की आवश्यकता नहीं है। उसे प्रकाशित करें। फिर डेटाबेस संग्रह को एक-एक करके विस्तारित करें।

ग्राहक के लिए, देखभाल संबंधी निर्देश, सामग्री की जानकारी, आकार चार्ट और स्टाइलिंग सुझावों से युक्त एक मार्गदर्शिका आज ही मूल्यवान है। वे पूरी टियर 3 आपूर्ति श्रृंखला का डेटा देखने की उम्मीद नहीं करते, और न ही 2029 में सबसे पहले इसकी तलाश करेंगे।

चरण	समय-सीमा	सामग्री	परिणाम
1 शुरुआत	1-2 महीने या उससे पहले	लागत आधार निर्धारित करें। 20 से 30 मॉडलों की एक पायलट श्रृंखला परिभाषित करें। केवल आंतरिक रूप से उपलब्ध डेटा एकत्र करें: मार्केटिंग, सामग्री, देखभाल और आकार का डेटा। छोटा टैरिफ, प्रति माह CHF 139 से 199।	बिना किसी आपूर्तिकर्ता संपर्क के पहले पूर्ण डेटा सेट
2 लॉन्च	महीने 3-5 या उससे पहले	लेआउट और मूल्य प्रस्ताव का डिज़ाइन करें। लेबल प्रिंटिंग में क्यूआर कोड एकीकृत करें। पहला प्रश्रावली का मसौदा तैयार करें। लाइव जाएं।	बाज़ार स्वीकृति, पहले स्कैन, पहले लीड, पहले मेट्रिक्स
3 विस्तार	महीने 6-12 या उससे पहले	पूरे संग्रह में लागू करें। एक्सेल और ईआरपी एकीकरण को उत्पादन में लाएं। लेबलों की संख्या कम करें। प्रमुख प्रदर्शन संकेतकों (केपीआई) की स्थापना करें।	पूर्ण लागत बचत साकार, विश्वसनीय रूपांतरण डेटा
4 गहराई से	वर्ष 2 से 2028 तक	स्तर 2/3 आपूर्तिकर्ता डेटा में पूरकता करें। पर्यावरणीय, मरम्मत और रीसाइक्लिंग क्षेत्रों को विकसित करें। फ्रेमवर्क समझौतों में डेटा डिलीवरी शामिल करें। डेटा गुणवत्ता दिनचर्या स्थापित करें।	अनिवार्य समय-सीमा से बहुत पहले व्यापक परिपक्वता
5 पंजी-करण	2029 से	डेटा को प्रत्यायित अधिनियम के अंतिम डेटा मॉडल से मिलाएँ; EU रजिस्टर के साथ पंजी-करण करें।	बिना परियोजना और बिना समय-सीमा के दबाव के अनुपालन

कृपया ध्यान दें कि चरण 1 और 2 मिलकर अधिकतम पाँच महीने तक ही चलते हैं और इनमें ऐसा कुछ भी शामिल नहीं है जो आपके नियंत्रण से बाहर हो। यही वह बिंदु है जहाँ अधिकांश चिंताएँ हवा में ही गायब हो जाती हैं।

5.2) डेटा आयात और एकीकरण, और दिशा क्यों मायने रखती है

Transpareo किसी भी संख्या में Excel फ़ाइलें आयात कर सकता है; इम्पोर्टर आपकी फ़ाइलों के अनुसार अनुकूलित होता है, न कि इसके विपरीत। एक अलग PIM की आवश्यकता नहीं है, लेकिन इसे एकीकृत किया जा सकता है। इसके अलावा, किसी भी संख्या में आंतरिक और बाहरी डेटाबेस, जिनमें ERP सिस्टम भी शामिल हैं, एकीकृत किए जा सकते हैं।

कनेक्शन के संबंध में एक आर्किटेक्चरल निर्णय है, जिसे मैं सुरक्षा-संबंधी मानता हूँ और जिसे आपको प्रत्येक प्रदाता के लिए बारीकी से जांचना चाहिए:

डेटा प्रवाह एक-तरफा, इनबाउंड है। स्रोत साइट Transpareo Vendor API के साथ अपनी प्रामाणिकता सत्यापित करती है और एक डेटा पैकेट जमा करती है। Transpareo किसी भी बिंदु पर निर्माताओं की प्रणालियों में हस्तक्षेप नहीं करता है और आपके ERP तक पहुँच विवरण की आवश्यकता नहीं होती है। इसका मतलब है: हमारे प्लेटफ़ॉर्म से आपकी प्रणालियों में जाने का कोई रास्ता नहीं है। कोई इनकमिंग एक्सेस नहीं, कोई

संग्रहीत क्रेडेंशियल नहीं, कोई खुला कनेक्शन नहीं जिसे समझौता किया जा सके। 'पुल' सिस्टम के बजाय 'पुश' सिस्टम बनाकर, आप शुरुआत से ही हमले के वेक्टर के एक पूरे वर्ग को बाहर कर देते हैं।

प्रदाताओं की तुलना करते समय, यह उन पहले प्रश्नों में से एक होता है जो मैं पूछता हूँ। हमने जानबूझकर इसके लिए एक संरचित ढांचा तैयार किया है जो प्रदाताओं के प्रति तटस्थ है; अनुभाग 6.4 देखें।

5.3) डेटासेट अपने आप में एक मान के रूप में

अब उस बिंदु पर आता हूँ जो मुझे व्यक्तिगत रूप से सबसे अधिक रोचक लगता है और जिसे चर्चा में व्यावहारिक रूप से कभी उल्लेख नहीं किया जाता।

यदि आपके उत्पाद डेटा को एक ही स्थान पर व्यवस्थित किया गया है, तो वह आपका है, और आप इसे किसी भी समय – पूरी तरह से या आंशिक रूप से – पुनः प्राप्त कर सकते हैं: अपने डेटा वेयरहाउस में, अपने एनालिटिक्स टूल्स में, या अपनी स्वयं की प्रणालियों में। Transpareo के साथ, यह CSV, XLSX, JSON-LD और SQL प्रारूपों में निर्यात के माध्यम से, या REST API के माध्यम से किया जा सकता है। और यह संभव है, चाहे आपने एक भी प्रोफाइल प्रकाशित की हो या नहीं। तुरंत और बार-बार।

यह अनुप्रयोगों और विशाल लाभों के द्वार खोलता है, जिनका अनुपालन से कोई लेना-देना नहीं है:

- **अपने स्वयं के डेटा का उपयोग करके एआई प्रशिक्षण।** एक भाषा मॉडल जो आपकी सभी सामग्रियों, गुणवत्ता नामकरण, फिट लॉजिक और आपूर्तिकर्ता संरचना से परिचित है, वह एक सामान्य-उद्देश्यीय मॉडल से पूरी तरह से अलग है। इसकी नींव एक स्वच्छ, सुसंगत उत्पाद डेटा सेट है – ठीक वही जो उत्पाद पासपोर्ट बनाने पर तैयार होता है।
- **एजेंट-आधारित अनुप्रयोग।** सहायता प्रणाली जो संग्रह डेटा का विश्लेषण करती है, सामग्री विकल्प सुझाती है, विनिर्देशों की जाँच करती है या ग्राहक पूछताछ का जवाब देती है, उन्हें संरचित उत्पाद डेटा की आवश्यकता होती है। इसके बिना, एजेंट के लिए कोई भी विचार केवल एक प्र-स्तुति स्लाइड ही रह जाता है।
- **खरीद और उत्पादन योजना।** मॉडल, रंग और आकार के अनुसार सामग्री की आवश्यकताएं; विभिन्न संग्रहों में धागे की गुणवत्ता का समूहीकरण; सामग्री समूह के अनुसार आपूर्तिकर्ताओं का केंद्रीकरण: जब डेटा बिखरा होता है तो ये सभी विश्लेषण विफल हो जाते हैं, लेकिन जब डेटा एकीकृत हो जाता है तो ये सरल हो जाते हैं।
- **अनुसंधान और विकास।** कौन सी बनावट, प्रति इकाई क्षेत्र का कौन सा वजन और कौन सी फिनिश कई मौसमों में शिकायतों और रिटर्न के किन पैटर्न को जन्म देती है? यह सहसंबंध तभी निकाला जा सकता है जब सामग्री, बिक्री और प्रतिक्रिया डेटा एक ही स्थान पर संग्रहीत किया जाए।

एक उद्यमी के रूप में, मैं यह स्पष्ट रूप से कहता हूँ: भले ही यूरोपीय संघ कल उत्पाद पासपोर्ट को बिना किसी विकल्प के रद्द कर दे, इस डेटाबेस पर किया गया काम फिर भी सही था और दीर्घकाल में मूल्यवान साबित होगा। पासपोर्ट ही आवेदन है। डेटा ही संपत्ति है।

5.4) वे प्रमुख मेट्रिक्स जिन्हें आपको पहले दिन से ही ट्रैक करना चाहिए

प्रमुख आंकड़ा	मेट्रिक	उद्देश्य
स्कैन दर	बेची गई 100 वस्तुओं पर स्कैन	लेबल पर मूल्य प्रस्ताव को अनुकूलित करें
पेज पर बिताया गया समय और पेज की गहराई	सेकंड, क्लिक	सामग्री की प्राथमिकता दें, अनावश्यक तत्वों को हटाएं
लीड रूपांतरण	100 स्कैन पर लीड	मूल्य-वर्धित ऑफ़र का परीक्षण करें
क्रॉस-सेलिंग रूपांतरण	100 स्कैन पर ऑर्डर	संयोजन तर्क में सुधार

प्रमुख आंकड़ा	मेट्रिक	उद्देश्य
वापसी दर: स्कैनर बनाम गैर-स्कैनर	प्रतिशत अंकों में अंतर	वरिष्ठ प्रबंधन के लिए सबसे प्रभावशाली आंकड़ा
देखभाल और आकार के संबंध में सेवा पूछताछ	प्रति माह टिकट	ग्राहक सेवा कार्यभार में कमी का प्रदर्शन करें
प्रति आइटम लेबलिंग लागत	प्रति आइटम यूरो	वित्त विभाग को बचत पर प्रकाश डालें

कृपया लाइव होने से पहले पांचवीं लाइन सेट अप करें। स्कैनर और गैर-स्कैनर के बीच पूर्वव्यापी तुलना करना संभव नहीं है, और यही वह आंकड़ा है जिसकी आपसे दूसरे वर्ष में मांग की जाएगी। Transpareo में स्कैन आंकड़े सर्वर साइड पर, कुकीज़ या ट्रैकर्स के बिना एकत्र किए जाते हैं। आपको कोई सहमति संबंधी समस्या उत्पन्न किए बिना आंकड़े, समय प्रवृत्तियाँ और क्षेत्रीय डेटा प्राप्त होंगे।

6) उत्पाद पासपोर्ट से ईयू रजिस्टर तक: महज एक औपचारिकता

शुरुआत जल्दी करने का सबसे आम आपत्ति यह है कि अंतिम EU डेटा मॉडल अभी तक अंतिम रूप से तय नहीं हुआ है, इसलिए अब किया गया कोई भी काम व्यर्थ हो सकता है। मैं इस आपत्ति को समझता हूँ, लेकिन यह रजिस्टर कैसे काम करता है, इस बारे में गलतफहमी पर आधारित है।

6.1) रजिस्टर वास्तव में क्या करता है

ईयू उत्पाद पास रजिस्टर 20 जुलाई 2026 से परिचालन में है; कार्यान्वयन विनियमन (ईयू) 2026/1778 पहुँच नियंत्रण, उपयोगकर्ता सत्यापन, पंजीकरण और भंडारण आवश्यकताओं को नियंत्रित करता है। यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि रजिस्टर में अद्वितीय पहचानकर्ता और मेटाडेटा शामिल हैं; यह स्वयं पासपोर्टों के लिए डेटा भंडारण का स्थान नहीं है। वास्तविक उत्पाद डेटा आर्थिक संचालक या उनके सेवा प्रदाता द्वारा स्थानीय रूप से संग्रहीत रहता है।

व्यावहारिक रूप से, इसका मतलब है कि आपके पासपोर्टों में मानक-अनुरूप, सुलभ पहचानकर्ता होना चाहिए और उत्पाद को यूरोपीय संघ में बाजार में उतारने से पहले उन्हें रजिस्टर में दर्ज किया जाना चाहिए। डेटा रखरखाव जैसा है वैसा ही रहेगा।

Transpareo 15 जुलाई 2026 के Implementing Decision (EU) 2026/1736 के तहत Official Journal में उद्धृत समन्वित मानकों का पूरी तरह से अनुपालन करता है; दो लंबित मानकों को भी लागू कर दिया गया है। Transpareo GS1 डिजिटल लिंक और मानक-अनुरूप GTIN संकल्प का उपयोग करता है, और इसे EU रजिस्टर में पंजीकरण के लिए डिज़ाइन किया गया है। प्रत्येक पास के प्रत्येक संस्करण पर दो स्वतंत्र हस्ताक्षर होते हैं, एक जारीकर्ता का और एक Transpareo का; आप समर्पित हस्ताक्षर एंडपॉइंट के माध्यम से जारीकर्ता कुंजी स्वयं प्रबंधित कर सकते हैं।

एक बार कैप्चर करें। आज प्रकाशित करें। बाद में पंजीकरण करें।

- कैप्चर:** मौजूदा उत्पाद डेटा को एक संरचित, फ़िल्ड-आधारित प्रारूप में डेटाबेस में स्थानांतरित करें। मुख्य बात यह है कि यह फ़िल्ड-आधारित है: निरंतर टेक्स्ट को मैप नहीं किया जा सकता, लेकिन साफ़ फ़िल्ड को किया जा सकता है।
- प्रकाशित करें:** उत्पाद पासपोर्ट तुरंत लाइव हो जाता है। उत्पाद पर एक क्यूआर कोड का मतलब है पहले दिन से ही लाभ।
- विस्तार करें:** दिन-प्रतिदिन के संचालन के अनुरूप, संग्रह से संग्रह तक और अधिक फ़िल्ड जोड़े जाते हैं।
- पंजीकरण:** जब यह आवश्यकता लागू हो जाती है, तो मौजूदा डेटा रिकॉर्ड को अंतिम मॉडल के साथ मैप किया जाएगा और ट्रांसपेरियो द्वारा ईयू रजिस्टर में जमा किया जाएगा। न तो शुरुआत से शुरू करना, न कोई परियोजना, न कोई समय-सीमा की घबराहट।

6.2) चार आपत्तियाँ जो मैं सबसे अधिक सुनता हूँ

आपत्ति	मेरा उत्तर
'टेक्सटाइल के लिए डेटा मॉडल अभी तक अंतिम रूप नहीं दिया गया है'	तकनीकी संरचना अभी तक अंतिम रूप नहीं दी गई है, लेकिन सारभूत सामग्री निश्चित रूप से अंतिम रूप दी जा चुकी है। सामग्री, उत्पत्ति, देखभाल के निर्देश, मरम्मत, प्रमाण पत्र और पुनर्चक्रण क्षमता शामिल की जाएँगी; इस बारे में कोई गंभीर संदेह नहीं है। संरचनाओं को स्वचालित रूप से मैप किया जा सकता है, बशर्ते कि सामग्री को सटीक रूप से और एक-एक करके दर्ज किया जाए। वास्तव में यही रिकॉर्डिंग प्रक्रिया है जिसमें असली मेहनत शामिल है, और इसे वैसे भी करना ही होगा।
"तो हम दोगुना काम करेंगे।"	आप डेटा रिकॉर्ड एक बार डेटाबेस में बनाए रखते हैं। इसे तुरंत एक उत्पाद पासपोर्ट के रूप में प्रकाशित किया जाता है और बाद में पंजीकृत भी किया जाता है। इसे एक बार दर्ज करें, कई बार उपयोग करें।
"हम मानक का इंतज़ार कर रहे हैं।"	आठ में से छह मानकों को जुलाई 2026 से समन्वित किया गया है; रजिस्टर चालू है। जिस मानक का हर कोई इंतज़ार कर रहा था, वह काफी हद तक लागू हो चुका है। शेष दो ज्ञात हैं और उन्हें ट्रांसपेरियो द्वारा पहले ही लागू कर दिया गया है। और जो कोई भी अब और इंतज़ार करता है, वह लागत बचत, लीड्स और सीखने की प्रक्रिया में भी देरी कर रहा है।
"हमारे पास सभी डेटा नहीं हैं।"	किसी के पास नहीं हैं। एक उत्पाद पासपोर्ट उपलब्ध जानकारी से शुरू होता है और बढ़ता है। पंजीकरण के बाद भी यह हमेशा ऐसा ही रहेगा। अनुभाग 5.1 देखें।

6.3) जोखिम, स्पष्ट रूप से पहचाने गए

जोखिम	मूल्यांकन	कार्रवाई
अंतिम डेटा मॉडल भिन्न है	मध्यम	मुक्त-स्वरूप टेक्स्ट के बजाय फ़िल्ड का उपयोग करके डेटा कैप्चर करें। मैपिंग स्वचालित रूप से की जा सकती है; सामग्री का पुनः-संग्रह नहीं किया जा सकता।
प्रारंभ में स्कैन दरें कम	मध्यम	लेबल पर एक वैल्यू प्रोपोजिशन तैयार करें, इसे पायलट में आजमाएं और बड़े पैमाने पर लागू करने से पहले इसमें सुधार करें।
अनिवार्य भौतिक लेब-लिंग बनी रहती है	उच्च	कीमत में पहले से ही शामिल है। वास्तविक परिदृश्य केवल स्वैच्छिक वाहकों को प्रतिस्थापित करता है।
आपूर्तिकर्ता डेटा प्रदान नहीं करते	मध्यम	आंतरिक रूप से उपलब्ध डेटा से शुरुआत करें। धीरे-धीरे डेटा प्रावधान को फ्रेमवर्क समझौतों में शामिल करें, जब तक कि बातचीत की गुंजाइश हो।
एकल प्रदाता के लिए लॉक-इन	कम	मासिक रद्दीकरण, चार प्रारूपों में पूर्ण निर्यात, स्थिर पास पते, ओपन-सोर्स रेंडर। आप जिस भी प्रदाता पर विचार कर रहे हैं, उसके साथ इसकी जाँच करें; हमारी प्रदाता चेकलिस्ट उन सवालों को बताती है जो पूछने लायक हैं।
लीड जनरेशन में डेटा सुरक्षा	कम	शुरुआत से ही उचित ऑफ्ट-इन, उद्देश्य की सीमा और एक डेटा मिटाने की नीति।

6.4) एक प्रदाता चुनना

मैं यह पेपर Transpareo के संस्थापक के रूप में लिख रहा हूँ, और आपको इसे इसी दृष्टिकोण से पढ़ना चाहिए। इससे निम्नलिखित बिंदु मेरे लिए और भी महत्वपूर्ण हो जाता है।

हमने जानबूझकर एक विक्रेता-तटस्थ **विक्रेता चेकलिस्ट** प्रकाशित की है, जिसमें तीस मानदंड शामिल हैं जो यह सूचित निर्णय लेने में वास्तव में मायने रखते हैं कि कौन सा प्लेटफ़ॉर्म चुनें: मानकों का अनुपालन, GSI डिजिटल लिंक के लिए समर्थन, हस्ताक्षर और अभिलेखीकरण नीति, डेटा संप्रभुता और निर्यात क्षमता, मूल्य निर्धारण मॉडल और SKU की संख्या के साथ स्केलेबिलिटी, और प्लेटफ़ॉर्म से बाहर निकलने की क्षमता। अपना निर्णय लेने से पहले इस सूची को ज़रूर देखें, भले ही - और खासकर यदि - आप अंततः हमारे खिलाफ निर्णय लें। आपको ऐसा प्लेटफ़ॉर्म नहीं चुनना चाहिए जो इस तरह की समीक्षा में विफल हो; यह नियम हम पर भी उतना ही लागू होता है जितना कि किसी और पर।

इसके अतिरिक्त, '**Insights & Perspectives**' के अंतर्गत आपको ESPR, मानकीकरण और व्यावहारिक कार्यान्वयन पर नियमित विशेषज्ञ लेख मिलेंगे, साथ ही हमारे **ESPR गाइड** में स्वयं विनियमन का एक अवलोकन भी मिलेगा। Transpareo Time Machine रेंडरर GPL v3 लाइसेंस के तहत ओपन सोर्स है, जिसका अर्थ है कि किसी भी पास को हमारे बिना स्वतंत्र रूप से ब्राउज़र में सत्यापित किया जा सकता है।

7) पहले 90 दिन

अंत में, यहाँ एक योजना है जिसे आप सोमवार से शुरू कर सकते हैं। इसके लिए किसी परामर्श अनुबंध, किसी निविदा प्रक्रिया और किसी बजट आवेदन की आवश्यकता नहीं है।

समय अवधि	कार्य	परिणाम
सप्ताह 1-2	वास्तविक लागत एकत्र करें: पिछले बारह महीनों के लेबल चालान, हैंगटैग ऑर्डर, अनुवाद लागत और स्कैपिंग सूचियों को संकलित करें	अध्याय 3 में मेरे मॉडल के अनुमानों के बजाय आपके अपने आँकड़े
सप्ताह 2-4	एक डेटा मैप बनाएँ: कौन सा फ़ील्ड किस सिस्टम में है, इसे कौन रखता है, और यह कितना अद्यतित है? अध्याय 2 की तालिकाओं का एक टेम्पलेट के रूप में उपयोग करें	डेटा परिपक्वता और वास्तविक कमियों पर स्पष्टता
सप्ताह 3-4	पायलट उत्पाद रेंज को परिभाषित करें: उच्च दृश्यता और अच्छी कहानी कहने की क्षमता वाले 20 से 30 मॉडल। मुफ्त ट्रायल, जिसके बाद 'स्मॉल' प्लान	एक प्रबंधनीय, सार्थक पायलट
सप्ताह 4-6	एक खाता सेट अप करें, फ़ील्ड संरचना को परिभाषित करें, एक्सेल के माध्यम से पायलट डेटा आयात करें	पहले पूर्ण डेटा सेट
सप्ताह 6-8	लेआउट और सामग्री संरचना को डिज़ाइन करें, संयोजन सिफ़ारिशों को परिभाषित करें, लेबल के लिए मूल्य प्रस्ताव तैयार करें	प्रकाशन के लिए तैयार पास
सप्ताह 7-9	लेबल सप्लायर के साथ QR एकीकरण का समन्वय करें और इसे अगले लेबल परिवर्तन में शामिल करें, जो वैसे भी नियोजित है	रोल-आउट की सीमांत लागत शून्य के करीब
सप्ताह 8-10	लीड जनरेटर में पहला प्रश्नावली स्थापित करें। सिफ़ारिश: उत्पाद पंजीकरण पर विस्तारित वारंटी	लीड जनरेशन तंत्र लाइव; स्कैन करने के बाद प्रश्नावली स्वचालित रूप से खुलती है
सप्ताह 10-12	पायलट रेंज लॉन्च करें, प्रमुख प्रदर्शन संकेतकों (केपीआई) को स्थापित करें, मापना शुरू करें (विशेष रूप से रिटर्न की तुलना)	पहला वास्तविक स्कैन और रूपांतरण डेटा
सप्ताह 12	मूल्यांकन करें, वास्तविक आंकड़ों के साथ व्यावसायिक मामले को अपडेट करें, रोल-आउट पर निर्णय लें	निर्णय लेने के लिए ठोस आधार

7.1) तीन बातें जो मैं आपके साथ साझा करना चाहूँगा

- **लेबल पर लाभ लिखें।** एक खाली QR कोड शायद ही कभी स्कैन किया जाता है। "डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट: देखभाल के सुझाव, मेल खाने वाली शैलियाँ, आपकी विस्तारित वारंटी और बहुत कुछ" स्कैन दर को कई गुना बढ़ा देता है। इस वाक्य पर कोई खर्च नहीं आता और यह समीकरण के मार्केटिंग पक्ष में बहुत बड़ा अंतर लाता है।
- **अगले लेबल परिवर्तन के साथ ही इसे लागू करने का समय निर्धारित करें।** यदि आप क्यूआर कोड को वैसे भी होने वाले परिवर्तन में शामिल करते हैं, तो आपको लगभग कोई कार्यान्वयन लागत नहीं लगेगी। यदि आप इसे एक विशेष प्रचार बनाते हैं, तो आपको दो बार भुगतान करना पड़ेगा।
- **शुरू से ही रिटर्न पर प्रभाव को मापें।** स्कैन करने वालों और न करने वालों के बीच रिटर्न दर की तुलना करना दूसरा वर्ष में प्रस्तुत किया जा सकने वाला सबसे विश्वसनीय आँकड़ा है, और सुधार की सबसे अधिक संभावना वाला लीवर है। इसे पूर्वव्यापी रूप से नहीं गिना जा सकता।

और अगर इस लेख को पढ़ने के बाद आप सिर्फ एक काम करते हैं, तो वह यह है: अपने लेबल सप्लायर से नवीनतम चालान मांगें और कुल राशि को आइटमों की संख्या से विभाजित करें। वह एकल आंकड़ा डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट के बारे में किसी भी गंभीर चर्चा के लिए शुरुआती बिंदु है। जिन ज्यादातर ब्रांडों से मैं बात करता हूँ, उनके लिए यह प्रबंधन की अपेक्षा से अधिक है।

परिशिष्ट: सभी मान्यताओं का एक अवलोकन

इस पत्र में प्रत्येक आंकड़ा या तो निम्नलिखित मान्यताओं में से एक है, या उनकी गणना करके प्राप्त किया गया है। मैंने जानबूझकर कोई भी ऐसा मान निर्दिष्ट करने से परहेज किया है जिसे उचित नहीं ठहराया जा सकता, और जहाँ संदेह था, वहाँ मैंने अधिक सतर्क विकल्प को प्राथमिकता दी है।

मान्यता	मान	प्रकार
वार्षिक बिक्री	250,000 इकाइयाँ	मॉडल परिभाषा
उत्पाद-रंग संयोजन (= वेरिएंट की संख्या)	1,200	मॉडल परिभाषा
वर्तमान भौतिक लेबलिंग	€0.500 प्रति यूनिट	उद्योग-मानक शर्तें
उत्पाद पासपोर्ट के साथ भौतिक लेबलिंग	€0.200 प्रति यूनिट	मॉडल गणना
अनुमानित बचत (यथार्थवादी परिदृश्य)	€0.300 प्रति आइटम	दोनों आंकड़ों के बीच का अंतर
ऑनलाइन ऑर्डर	100,000 प्रति वर्ष	40 प्रतिशत D2C हिस्सेदारी के अनुरूप
ऑनलाइन रिटर्न दर	42 प्रतिशत	क्षेत्र के लिए सामान्य
प्रति रिटर्न पूर्ण लागत	€11.00	इस क्षेत्र के लिए सामान्य
रिटर्न में अनुमानित कमी	1.0 प्रतिशत अंक	जानबूझकर सतर्क अनुमान
क्यूआर स्कैन दर	12 प्रतिशत	एक स्पष्ट मूल्य प्रस्ताव के साथ औसत आंकड़ा
प्रश्नावली प्रतिक्रिया दर	स्कैन का 25 प्रतिशत	एक प्रोत्साहन प्रस्ताव के अनुभव के आधार पर
क्रॉस-सेलिंग रूपांतरण दर प्रति स्कैन	3 प्रतिशत	रूढ़िवादी
बास्केट मूल्य और योगदान मार्जिन अनुपात	€65 और 45 प्रतिशत	मॉडल की धारणाएँ
लीड बेंचमार्क (CPL)	€6.00	फैशन क्षेत्र की सीमा 4 से 12 €

मान्यता	मान	प्रकार
रोल-आउट के दौरान प्लेटफॉर्म लागत (बड़ा टैरिफ)	लगभग 18,500 € प्रति वर्ष	अगस्त 2026 की सूची मूल्य
कुल कार्यान्वयन लागत, वर्ष 1	€25,000 से €40,000	अनुमानित सीमा
वर्ष 2 और उसके बाद की चल रही लागत	€18,000 से €25,000	अनुमानित सीमा

सभी आंकड़े केवल उदाहरणार्थ हैं और किसी कंपनी-विशिष्ट गणना का विकल्प नहीं हैं। यह गणना इस प्रकार संरचित है कि आप अनुमानों के स्थान पर अपने वास्तविक आंकड़ों का उपयोग कर सकते हैं। लेबल में कमी की अनुमेय सीमा के संबंध में दिए गए बयान कानूनी सलाह नहीं हैं और इन्हें प्रत्येक मामले के आधार पर आंका जाना चाहिए।

आप इस दस्तावेज़ के लिए एक्सेल कैलकुलेटर [हमारे टेक्सटाइल्स के लिए प्रोडक्ट पासपोर्ट पृष्ठ](#) पर पा सकते हैं, जिसमें आप प्रत्येक अनुमान को अपनी खुद की संख्या से बदल सकते हैं।

लेखक के बारे में

Günter Reichelt, पिछले 19 वर्षों से Transpareo में संस्थापक और रणनीतिकार, निदेशक मंडल के अध्यक्ष, वस्त्र अभियंता, और 50 वर्षों से अधिक समय से एक उत्साही बहु-उद्यमी। ज़ुग, स्विट्ज़रलैंड।

यदि आपके पास गणना में शामिल व्यक्तिगत मदों में किसी भी प्रकार के परिवर्तन, जोड़ या अतिरिक्त टिप्पणियों के लिए अनुरोध हों, तो मुझे आपसे सुनकर खुशी होगी। मैं इन मामलों को अत्यंत महत्वपूर्ण मानता हूँ और इन्हें संबोधित करने के लिए समय निकालने में मुझे अत्यंत प्रसन्नता होगी।

ट्रांसपेरियो के बारे में

ज़ुग टेक क्लस्टर में स्थित स्विस कंपनी Transpareo AG सभी क्षेत्रों और आकारों के व्यवसायों के लिए 40 भाषाओं में डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट बनाने, प्रबंधित करने और प्रकाशित करने हेतु एक स्वयं-सेवा पोर्टल प्रदान करती है। इसका फ्रंट-एंड, Transpareo Time Machine, ओपन सोर्स है।

यह पोर्टल पहले से ही डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट के संबंध में EU इकोडिज़ाइन विनियम की आवश्यकताओं के साथ-साथ 15 जुलाई 2026 के कार्यान्वयन निर्णय (EU) 2026/1736 में संदर्भित समन्वित मानकों के साथ पूरी तरह से अनुपालन करता है। डेटा पहले से ही दर्ज किया जा सकता है और डिजिटल उत्पाद पासपोर्ट पहले से ही उपयोग किए जा सकते हैं।

- **मीडिया संपर्क:** गुंटर राइचेल्ट, निदेशक मंडल के अध्यक्ष, ट्रांसपेरियो एजी, presse@mail.transpareo.com
- **पंजीकृत कार्यालय:** टेक क्लस्टर ज़ुग, 6300 ज़ुग, स्विट्ज़रलैंड
- **डीपीपी पोर्टल:** transpareo.com

Transpareo® और Transpareo Time Machine® Transpareo AG के पंजीकृत ट्रेडमार्क हैं। कॉपीराइट 2026 Transpareo AG।

कॉपीराइट 2026 ट्रांसपेरियो एजी, ज़ुग, स्विट्ज़रलैंड - transpareo.com