

Digitālā produkta pase jau šodien atmaksājas

Kāpēc modes zīmoliem nevajadzētu gaidīt līdz 2029. gadam, lai sāktu reģistrēt un publicēt produktu pases, un ko tas nozīmē eiro izteiksmē.

- **Tēma:** Digitālo produktu pasu rentabilitāte un mārketinga priekšrocības pirms ES prasību stāšanās spēkā
- **Kam paredzēts:** vadībai, mārketinga, produktu vadības, iepirkumu, ilgtspējas un IT nodaļām apģērbu un tekstila uzņēmumos
- **Satur:** paraugaprēķins ar atklātiem pieņēmumiem, datu karte, posmu modelis, 90 dienu plāns
- **Stāvoklis:** 2026. gada septembris
- **Excel aprēķinu tabula:** pieejama, lai ievadītu savus datus un veiktu individuālus aprēķinus
- **Piezīme:** aprēķina piemērs orientācijai. Nav juridiska, nodokļu vai ieguldījumu konsultācija.

Rādītājs	Vērtība
Marķēšana par vienu detaļu šodien	0,50 €
Marķēšana par vienu detaļu ar digitālo produktu pasi	0,20 €
Ietaupījums gadā	110 790 €

Aprēķina modelis zīmolam ar 250 000 vienību gada pārdošanas apjomu. Visas pieņēmumi ir izklāstīti 3. nodaļā un pielikumā, un tos var aizstāt ar saviem skaitļiem.

Ginters Reichelt, tekstilrūpniecības inženieris, aizrautīgs uzņēmējs, „Transpareo“ valdes priekšsēdētājs. 2026. gada augusts/septembris.

Contents

Kāpēc nevajadzētu gaidīt	4
Ko es vēlos jums parādīt šajā dokumentā	4
Rēķins uz vienas lapas	5
Kas mani pārliecināja visvairāk	5
1) Sākotnējā situācija: pienākums, visticamāk, stāsies spēkā 2029. gadā, bet ieguvums būs jūtams uzreiz	6
1.1) Grafiks, kā to pati Komisija to dēvē	6
1.2) Datu radītās iespējas, kas slēpjas aiz pienākuma	7
1.3) Cik izmaksā nogaidīšana	7
2) Kādi dati jums jau ir pieejami šodien	8
2.1) Produkta identifikācija un galvenās īpašības	8
2.2) Materiāls, diegi un kvalitātes pakāpes	9
2.3) Kopšana, valkāšana, labošana	10
2.4) Izcelsme, ražošana un piegādes ķēde	10
2.5) Sertifikāti, atbilstība, ilgtspējība	11
2.6) Komerciālā informācija - nepietiekami novērtētā daļa	11
3) Kādi ir šīs pārejas ekonomiskie ieguvumi	12
3.1) Parauguzņēmums	12
3.2) Fiziskā marķēšana mūsdienās	13
3.3) Fiziska marķēšana ar produkta pasi	13
3.4) Trīs scenāriji	14
3.5) Kas notiks ar tekstilizstrādājumu marķējumu	14
3.6) Netiešās procesa un papildu izmaksas	15
3.7) Atgrieztās preces - lielākais atsevišķais ietekmes faktors	16
3.8) Kopējie rēķini, ieskaitot platformas izmaksas	17
3.9) Ja gadā piedalīties vairāk nekā divās kolekciju izstādēs	18
4) Kāda nozīme mārketingā ir produkta pasē	18
4.1) Vienīgais kontaktpunkts ar pilnu pārklājumu	18
4.2) Kombinācijas un krustpārdošana	19
4.3) Pasākumi, kopiena, zīmola pieredze	20
4.4) Potencionālo klientu piesaistīšanas rīks	20
4.5) Preču zīmju un autortiesību aizsardzība	21
4.6) Otrreizējais tirgus un vērtības saglabāšana	22
4.7) Daudzvalodība un pieejamība	22
5) Kādi ieguvumi no tā ir jūsu organizācijai	23
5.1) Vienkārši sāciet ar to, kas ir pie rokas	23
5.2) Datu importēšana un savienošana, un kāpēc virziens ir svarīgs	24
5.3) Datu kopums kā patstāvīga vērtība	24
5.4) Rādītāji, kurus vajadzētu uzskaitīt jau no pirmās dienas	25
6) No produkta pases uz ES reģistru: formāla formalitāte	25

6.1) Kā reģistrs faktiski darbojas	26
6.2) Četri iebildumi, kurus es dzirdu visbiežāk	26
6.3) Riski, kas ir skaidri norādīti	27
6.4) Par pakalpojuma sniedzēja izvēli	27
7) Pirmās 90 dienas	28
7.1) Trīs lietas, ko vēlos jums ieteikt	29
Pielikums: Visu pieņemumu pārskats	29
Par autoru	31
Par „Transpareo“	31

Kāpēc nevajadzētu gaidīt

Jau vairāk nekā piecdesmit septiņus gadus es veidoju uzņēmumus, daļu no tiem tekstila un modes nozarē. Kā tekstila inženieris – lai gan tas bija sen – un ar daudzveidīgu uzņēmējdarbības pieredzi es zinu, cik daudz naudas izmaksā materiālu specifikāciju izstrāde un kopšanas norāžu saskaņošana. Tāpēc es rakstu šo rakstu kā aizrautīgs uzņēmējs un kā cilvēks, kurš zina, kādu ietekmi uz izmaksu aprēķinu rada satīna lente ar četrslāņu kopšanas etiķeti.

Situācija ir zināma. Eiropas Komisija savā DG GROW prezentācijā 2026. gada 27. maijā paziņoja, ka deleģētais tiesību akts par tekstilizstrādājumiem stāsies spēkā 2027. gada trešajā vai ceturtajā ceturksnī, bet produktu pases obligātā piemērošana ir paredzēta 2029. gadā. No daudzajām sarunām esmu iepazinis parastās reakcijas uz to: pagaidīt, novērot un pēc diviem gadiem atkal iekļaut darba kārtībā.

Es uzskatu, ka tā ir kļūda, un nevis maznozīmīga.

Produkta pases lietderība un rentabilitāte nav atkarīga no obligātuma. Tās ir atkarīgas no tā, ka jums ir produktu dati, kurus šobrīd dārgi uzdrukājat uz tekstilmateriāliem, laukietilpīgi tulkojat, izmetat kā atlikušos krājumus un kurus neviens nelasa, jo burti ir pārāk mazi. Šīs izmaksas rodas katru dienu, kamēr jūs gaidāt. Nemaz nerunājot par priekšrocībām mārketinga jomā.

Ko es vēlos jums parādīt šajā dokumentā

Pirmkārt: dati jau sen ir pieejami. Materiālu sastāvs, pavedienu biezums, auduma veidi, kopšanas norādījumi, ražošanas vieta, izmērs, krāsa un kombinēšanas ieteikumi atrodas jūsu PIM sistēmā, ERP sistēmā, tehniskajos aprakstos un sertifikātu mapēs. Pēc manas pieredzes, aptuveni trīs ceturtdaļas patiesi noderīgas modes produktu kartes jau tagad var aizpildīt ar esošajiem datiem. Jums nav nekas jāizdomā. Jums tie ir jāapkopo vienā centrālajā vietā.

Otrkārt: tas jums šodien izmaksā reālu naudu. 3. nodaļā sniegtajā aprēķina modelī esmu aprēķinājis, ka vien par etiķetēm, karājamajām etiķetēm, pielikumiem un to piestiprināšanu izmaksas ir 0,50 € par katru apgērba gabalu. No šīs summas reāli var ietaupīt 0,30 €, kas, ņemot vērā 250 000 apgērba gabalu gadā, veido 75 000 € katru gadu. Ja pieskaita tulkošanas izmaksas, atlikušo etiķešu krājumu iznīcināšanu, pārmarķēšanu un ļoti piesardzīgi aprēķināto atgriezumpreču samazinājumu, uz papīra sanāk 110 790 € gadā. Tas atbilst 0,44 € par katru pārdotu vienību. Tas ir modelis. Jums ir pieejami precīzie skaitļi, un tie būs vairāk vai mazāk tādi paši.

Treškārt, un tas man ir vissvarīgākais: QR kods uz apgērba gabala ir vienīgais kanāls, kas patiešām sasniedz katru jūsu klientu. Ne tikai biļetena abonenti, ne tikai tie, kas iepērkas internetā, bet arī sieviete, kura jūsu kleitu iegādājās daudzziņolu veikalā Antverpenē un par kuru jūs līdz šim neko nezināt. Mans

aprēķins liecina, ka gadā tas ir 150 000 apgērbu vienību, kas līdz šim bez pēdām pazūd tirgū. Lielākiem zīmoliem šis skaitlis sasniedz miljonus.

Ceturtkārt: augšupielāde ES reģistrā noteiktā brīdī būs tikai formalitāte. Reģistrs darbojas kopš 2026. gada 20. jūlija, un tajā tiek uzglabāti identifikatori un metadati; paši produktu passes tajā netiek uzglabātas, kas bieži tiek nepareizi saprasts. Paši dati paliek pie uzņēmēja vai tā pakalpojumu sniedzēja. „Transpareo” pilnībā atbilst saskaņotajiem standartiem, kas 2026. gada 15. jūlijā publicēti Oficiālajā Vēstnesī ar Īstenošanas lēmumu (ES) 2026/1736. Kad pienākums stāsies spēkā, jums tas aizņems tikai dažas minūtes. „Transpareo” to veiks automātiski jūsu vārdā.

Rēķins uz vienas lapas

Parauguzņēmums: apgērbu zīmols, 250 000 vienību gada pārdošanas apjoms, aptuveni 1 200 preču un krāsu kombinācijas, pārdošana deviņās ES valodu zonās, 40 procenti tiešās pārdošanas tiešsaistē. Visas pieņēmumi ir atklāti un tos var aizstāt ar saviem skaitļiem.

Izdevīguma bloks	Ietekme gadā	Veids
Etīketes, karājamās etīketes, ievietojamās lapas, iepakošana	75 000 €	Izmaksu ietaupījums
Tulkošana, pārmarķēšana, iznīcināšana, pakalpojumi	24 790 €	Izmaksu ietaupījums
Atgriezum, aprēķināti tikai par vienu procentpunktu	11 000 €	Izmaksu ietaupījums
Izmaksu ietaupījuma starpsumma	110 790 €	0,44 € par vienu vienību
Izdevumi 1. gadā (platforma, datu ieguve, QR integrācija)	-25 000 līdz -40 000 €	Ieguldījums
Tīrais efekts jau pirmajā gadā	+71 000 līdz +86 000 €	
Papildu pārdošanas peļņas daļa, izmantojot produktu pasi	26 325 €	Papildu ieņēmumi
7 500 potenciālie klienti, no kuriem 4 500 līdz šim bija anonīmi stacionārie klienti	45 000 €	Mediju ekvivalents

Aprēķins ir sniegts 3. un 4. nodaļā. Mediju ekvivalents nozīmē: izdevumus, kas jums būtu bijuši jāiegulda, lai iegūtu tādu pašu skaitu kvalificētu potenciālo klientu, izmantojot maksas kanālus. Tas nav naudas plūsmas ieņēmums, tāpēc tas tiek uzrādīts atsevišķi.

Kas mani pārliecināja visvairāk

Godīgi sakot, ne jau ietaupījums uz etiķetēm. Tas, protams, ir jauki, bet tas tikai finansē šo projektu. Mani pārliecināja kaut kas cits.

Produkti ir katra uzņēmuma sirds. Tomēr dati par šiem pašiem produktiem gandrīz katrā man pazīstamajā uzņēmumā ir izkaisīti: daļa atrodas ERP sistēmā, daļa – atsevišķu darbinieku Excel sarakstos, daļa – piegādātāju PDF failos, daļa – divu cilvēku galvās, kuri kādreiz dosies pensijā. Pienākums izstrādāt produktu pasi liek jums visu to apvienot. Tas ir iemesls, uz kuru daudzi uzņēmumi gaidījuši jau gadiem ilgi, taču nekad to nav saņēmuši.

Un, kad šie dati ir strukturēti un apkopoti vienā vietā, paveras iespējas, kas iepriekš vienkārši nebija iespējamās: jūs tos jebkurā brīdī varat atjaunot pilnībā vai daļēji, lai apmācītu savus AI modeļus, izmantotu aģentu lietojumprogrammās, iepirkumu un ražošanas plānošanā, kā arī pētniecībā un attīstībā. Pilnīgi bez nepieciešamības publicēt nevienu paroli. Sīkāk par to 5.3. sadaļā.

Mans padoms vienā teikumā: sāciet ar datiem, kas jums jau ir pieejami un kurus var iegūt bez papildu pieprasījumiem. Publicējiet ar tiem pirmos katalogus. Paplašiniet datu bāzi no kolekcijas uz kolekciju. Līdz brīdim, kad tas kļūs obligāts, jums būs divu līdz trīs gadu pārsvars, un šajā laikā pāreja jau vairākkārt būs atmaksājusies.

1) Sākotnējā situācija: pienākums, visticamāk, stāsies spēkā 2029. gadā, bet ieguvums būs jūtams uzreiz

Ekodizaina regula (ES) 2024/1781 ir spēkā kopš 2024. gada jūlija. 2026. gads bija gads, kad tika uzsākta infrastruktūras darbība: maijā tika publicēti astoņi CEN/CENELEC standarti, 15. jūlijā seši no tiem ar Īstenošanas lēmumu (ES) 2026/1736 tika minēti Oficiālajā Vēstnesī kā saskaņoti standarti, bet divu trūkstošo standartu saturs ir zināms. 20. jūlijā sāka darboties ES produktu pasu reģistrs. Vēl trūkst produktu grupām specifisku deleģēto tiesību aktu.

1.1) Grafiks, kā to pati Komisija to dēvē

Datums	Notikums	Kas tas nozīmē jums
kopš 2026. gada jūlija	Atsauces uz saskaņotajiem standartiem, ES reģistra darbības uzsākšana	Tehniskā arhitektūra ir izveidota. Tie, kas sāk darbu tagad, balstās uz stabiliem pamatiem.
2027. gada februāris	Pirmās prasības noteiktām bateriju grupām saskaņā ar Regulu (ES) 2023/1542	Precedents. No šī brīža produktu pase tirgū kļūst par realitāti.
2027. gada 3. vai 4. ceturksnis	Gaidāms deleģētais tiesību akts par tekstilizstrādājumiem (DG GROW, 27.05.2026)	Tikai tad jūs uzzināsi galīgo obligāto lauku sarakstu. Saturs būtībā jau ir noteikts.
paredzams 2029. gadā	Obligāta piemērošana tekstilizstrādājumiem un apģērbiem	No šī brīža produktu pase ir priekšnoteikums iekļūšanai tirgū. Nav pases – nav pārdošanas ES.

Datums	Notikums	Kas tas nozīmē jums
no šodienas līdz tam	divi līdz trīs gadi	Tas ir jūsu priekšrocību periods. Tas beigsies, un tas notiks visiem vienlaikus.

1.2) Datu radītās iespējas, kas slēpjas aiz pienākuma

Šajā vietā es vēlētos izteikt vienu domu, kas diskusijā gandrīz pilnībā paliek nepamanīta.

Pienākums izstrādāt produktu pasi tiek apspriests kā regulatīvs slogs. Paskatīsimies uz to no otras puses. Nevienam uzņēmums, ko esmu redzējis piecu desmitgažu laikā, nav brīvprātīgi uzsācis projektu ar nosaukumu „Mēs apkopojam visus datus par mūsu produktiem vienā vietā”. Turklāt prasības laika gaitā ir attīstījušās. Vienmēr bija kaut kas steidzamāks. Dati palika izklaidēti: informācija par materiāliem iepirkumu nodaļā, kopšanas norādījumi kvalitātes vadības nodaļā, sertifikāti atbilstības dokumentācijā, izmēru tabulas tehniskajā dokumentācijā, kombinēšanas ieteikumi mārketinga nodaļā, piegādātāju adreses grāmatvedībā.

Produkti ir katra uzņēmuma sirds. Tomēr dati par tiem ir visvājāk organizētais resurss, kāds ir lielākajai daļai uzņēmumu, jo tie ir izklaidēti. Produktu pase ir pirmais ārējais stimuls pēc ilga laika, kas ir pietiekami spēcīgs, lai to mainītu, un kas vienlaikus atalgo darbu, jo no rezultāta var gūt tūlītēju ekonomisko un mārketinga labumu.

No centralizēti pieejamiem, strukturētiem produktu datiem var izdarīt secinājumus un noteikt pasākumus, kas iepriekš bija vienkārši neiedomājami, jo neviens nevarēja apskatīt visus datus vienā reizē. Kura dzijas kvalitāte trīs sezonu laikā rada vismazāk sūdzību? Kura krāsošanas rūpnīca nodrošina visstabilākos krāsu rādītājus? Kura materiālu kombinācija korelē ar kādu preču atgriešanas rādītāju? Uz šāda veida jautājumiem nevar atbildēt, izmantojot piecas Excel failus no četriem departamentiem.

1.3) Cik izmaksā nogaidīšana

Aspekts	Sākums šodien	Sākums tikai 2028./2029. gadā
Datu vākšana	pakāpeniski atbilstoši kolekciju ritmam, izmantojot esošo darbību	Projekts ar stingriem termiņiem; ārējais atbalsts 2028. gadā būs ierobežots un dārgs, jo visi sāks vienlaikus
Piegādātāji	Datu piegāde tiks iekļauta pamatlīgumos, vienojoties par vairākiem pasūtījumu periodiem	Pārrunas ar visiem piegādātājiem vienlaikus, bez laika rezerves un bez ietekmes līdzekļiem
Etīķešu izmaksas	samazināsies, sākot ar nākamo kolekciju	turpināsies nemainīgas, modelī aptuveni 225'000 € trīs gadu laikā

Aspekts	Sākums šodien	Sākums tikai 2028./2029. gadā
Mārketing	iedarbosies, sākot ar pirmo publicēto kolekciju	pilnībā atcelts līdz brīdim, kad tas kļūs obligāts
QR integrācija	tiek veikta vienlaikus ar jau tāpat paredzēto etiķešu nomaiņu, robežizmaksas tuvu nullei	atsevišķa pāreja, vajadzības gadījumā noliktavas preču pārmarķēšana
Konkurence	priekšrocības satura, klientu datu un datu kvalitātes jomā	neizšķirts. Prasība, ko visi izpilda, vairs nav arguments

Pēdējais punkts man šķiet svarīgs. No brīža, kad produktu pase kļūs obligāta, tā būs ikvienam. Tad tā būs higiēnas prasība, kas attiecas uz visiem. Priekšrocības pastāv vienīgi šajā brīdī, kamēr vēl ir atvērts šis laika logs.

2) Kādi dati jums jau ir pieejami šodien

Pirms sākat domāt par sistēmām, jums vajadzētu veikt esošās situācijas izvērtējumu. Turpmākajos pārskatos parādīts, kas parasti jau ir pieejams apgērību ražošanas uzņēmumos, galvenokārt izklaidēts pa PIM, ERP, tehniskajām specifikācijām, laboratorijas ziņojumiem, sertifikātu mapēm, piegādātāju specifikācijām un interneta veikalu. Daudzas no šīm ziņām jau šodien ir jāpievieno produktam drukātā formā.

Es ieteiktu izmantot šīs tabulas kā darba paraugu un trešajā ailē atzīmēt, kurš atbild par attiecīgā lauka uzturēšanu. Uz šo jautājumu galu galā ir grūtāk atbildēt nekā uz jautājumu, kur šis lauks atrodas.

2.1) Produkta identifikācija un galvenās īpašības

Datu lauks	Tipisks avots	Šodien uz produkta?
Preces un modeļa numurs, krāsas kods, SKU	ERP / PIM	Karte, etiķete
GTIN / EAN, sērijas vai partijas numurs	ERP / pamatdati	Karte ar svītru kodu
Kolekcija, sezona, piegādes periods	Kolekcijas plānošana	nē
Produkta nosaukums, īss apraksts	PIM / interneta veikals	daļēji
Izmērs un izmēru sistēma (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / izmēru tabula	Izmēra etiķete
Krāsa, krāsas nosaukums, krāsas numurs, krāsošanas partija	ERP / piegādātāja specifikācija	Etiķete

Datu lauks	Tipisks avots	Šodien uz produkta?
Piegriezums un siluets (Regular, Slim, Oversized)	Techpack / Interneta veikals	nē
Izmēru tabula katram izmēram (krūšu apkārtmērs, vidukļa apkārtmērs, garums, piedurkņu garums)	Techpack / Parauga protokols	nē
Modeles izmēri („Modele ir 1,78 m gara un valkā M izmēru”)	Fotosesijas protokols	nē
Produkta svars	Piegādes pamatdati	nē

2.2) Materiāls, diegi un kvalitātes pakāpes

Datu lauks	Tipisks avots	Šodien uz produkta?
Šķiedru sastāvs procentos pa sastāvdaļām	Piegādātāja specifikācija / laboratorija	Obligātā marķējuma etiķete
Diega biezums (Nm, Ne, dtex), savīšana, diega veids	Tehniskā specifikācija / auduma ražotne	nē
Auduma vai adījuma veids (džersijs, tvils, interloks, popelīns)	Tehniskā specifikācija	nē
Svara blīvums g/m ² , pavedienu blīvums	Materiāla datu lapa	nē
Apstrāde (mercerizēts, sanforizēts, ūdens atgrūdošs)	Piegādātāja specifikācija	daļēji uzlīmē
Odere, starpklāji, vatējums, pildmateriāls	Sastāvdaļu saraksts	Etiķete
Piederumi: pogas, rāvējslēdzēji, auklas, aplikācijas	Detalizēts saraksts	nē
Pārstrādāto materiālu īpatsvars, bioloģiskas izcelsmes šķiedru īpatsvars	Piegādātāja deklarācija	daļēji uz etiķetes
Šķiedras izcelsme (piemēram, kokvilnas izcelsme)	Piegādes ķēdes dokumentācija	reti
Krāsvielu un ķīmisko vielu klases, atbilstība RSL	Testēšanas protokols / laboratorija	nē
Saraušanās rādītāji, berzes izturība, pillinga rādītājs, gaismas izturība	Testēšanas protokols	nē

2.3) Kopšana, valkāšana, labošana

Datu lauks	Tipisks avots	Šodien uz izstrādājuma?
Kopšanas simboli saskaņā ar GINETEX / ISO 3758	Kopšanas marķējums	Obligātā etiķete
Kopšanas norādījumi skaidrā tekstā, daudzvalodīgi	Kvalitātes vadība	Etiķete / pievienotais lapiņas
Detalizēti mazgāšanas ieteikumi (mazgāšanas līdzeklis, papildījums, tīkls)	Kvalitātes vadība	reti
Žāvēšanas, gludināšanas un tīrīšanas norādījumi	Kopšanas marķējums	Etiķete
Norādes par krāsas noplūdi, pillingu, saraušanos	Pārbaudes ziņojums	daļēji
Valkāšanas ieteikumi, piemērotība konkrētiem gadījumiem, piemērotība sezonai	Mārketings / Interneta veikals	nē
Apģērbšanas un saspiešanas instrukcijas (apmetņveida kleita, kaklasaite, šalle)	Mārketings / Video	nē
Remonta norādījumi, lāpīšanas un izšūšanas instrukcijas	Kvalitātes vadība	nē
Rezerves daļas: rezerves pogas, rezerves diegs, rāvējslēdzēja atvilkējs	Sastāvdaļu saraksts / Serviss	pievienots
Garantijas un pretenziju nosacījumi	Juridiskais departaments / Vispārējie darījumu noteikumi	reti

2.4) Izcelsme, ražošana un piegādes ķēde

Datu lauks	Tipisks avots	Šodien uz produkta?
Ražošanas valsts („Made in ...“)	Izcelsmes apliecinājums / muitas dati	Obligāta norāde
Apģērbu ražotne, ražotnes adrese (1. līmenis)	Iepirkumi / revīzijas ziņojumi	nē
Auduma ražotne, trikotāžas ražotne, krāsošanas cehs, apdares uzņēmums (2./3. līmenis)	Piegādātāju kartēšana	nē
Ražotnes sociālie un vides auditi	Atbilstība / amfori BSCI, SA8000	nē

Datu lauks	Tipisks avots	Šodien uz produkta?
Ražotāja identitāte un ES kontaktadrese (GPSR)	Juridiskais departaments	Obligātā informācija
Importētājs un izplatītājs	Muitas / pamatdati	daļēji
Ražošanas datums un partijas numurs	ERP / pasūtījuma dati	reti

2.5) Sertifikāti, atbilstība, ilgtspējība

Datu lauks	Tipisks avots	Šodien uz produkta?
OEKO-TEX STANDARD 100, sertifikāta numurs un derīguma termiņš	Sertifikātu mapē	Karte
GOTS, OCS, GRS, RCS kopā ar darījumu sertifikātiem	Sertifikātu mapē	Etiķete
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Sertifikātu mapē	Etiķete
REACH un POP atbilstības deklarācijas	Atbilstība	nē
Drošības standarti (piemēram, EN 14682 - auklas bērnu apģērbā)	Kvalitātes vadība	nē
Brīdinājumi (uzliesmojamība, sīkas detaļas, alergēni)	Kvalitātes vadība	Etiķete
CO ₂ e, ūdens vai enerģijas rādītāji, ja tādi ir apkopotī	Ilgtspējas ziņojums / LCA	nē
Norādījumi par atgūšanu, pārstrādi un iznīcināšanu	Ilgtspēja / Atgūšana	reti
Zīmola lietoto preču un tālākpārdošanas programma	Mārketinga	nē

2.6) Komerciālā informācija – nepietiekami novērtētā daļa

Šī kategorija no regulatīvā viedokļa ir pilnīgi nenozīmīga. Ekonomiskā ziņā tā ir visvērtīgākā. Tā jau pilnībā pastāv jūsu uzņēmumā - interneta veikalā, izskata katalogā, mārketinga kalendārā - , taču līdz šim nav vispār izmantota fiziskajā produktā, jo uz etiķetes tam nav vietas.

Informācija	Pieejams kā
Kombinēšanas ieteikumi: piemēroti apģērba augšdaļas, bikses, apavi, aksesuāri	Lookbook, stila ceļvedis, ieteikumu loģika veikalā

Informācija	Pieejams kā
Pilnīgs tērps no kampaņas fotosesijas	Fotosesijas protokols, kampaņas materiāli
Produktu video, 360 grādu skati, detaļu uzņēmumi	Mediju datu bāze
Zīmola vēsture, dizainera paziņojums, kolekcijas tēma	Kolekcijas apraksts, PR materiāli
Citas pieejamās krāsas un izmēri tam pašam modelim	PIM / veikals
Saite papildu pasūtīšanai un iegādei, vēlamo preču saraksts	Veikala sistēma
Veikalu meklētājs, darba laiki, stila konsultāciju laiki	Mazumtirdzniecības pamatdati
Pasākumi: veikalu pasākumi, paraugu izpārdošanas, „Repair Cafés”, modes skates	Mārketinga kalendārs
Lojalitātes programma, jaunumu vēstule, piekļuve kopienai	CRM
Klientu atsauksmes un lietotāju radīts saturs	Veikals / sociālie tīkli

Ja jūs domājat, ar ko sākt, sāciet ar šo tabulu. Tā ir vienīgā, kuras dēļ jums nevajadzēs sazināties ar nevienu piegādātāju.

3) Kādi ir šīs pārejas ekonomiskie ieguvumi

Tagad pievērsīsimies galvenajam jautājumam: ko var ietaupīt, ja tiek atcelti tradicionālie informācijas nesēji un būtībā uz apgērba paliek tikai QR kods? Es apzināti esmu veidojis aprēķinu konservatīvi un pilnībā pārskatāmi, lai jūs varētu izmantot savus iepirkuma nosacījumus. Katrs skaitlis turpmākajās tabulās ir vai nu atklāti norādīts pieņēmums, vai arī izriet no iepriekšējām rindām.

3.1) Parauguzņēmums

Parametrs	Pieņēmums
Gada pārdošanas apjoms	250 000 apgērba vienību
Sortiments	apmēram 350 modeļi, apmēram 1 200 preču krāsu kombinācijas
Kolekcijas	2 galvenās kolekcijas plus 2 papildkolekcijas gadā
Pārdošanas tirgi	DACH plus sešas citas ES valstis, deviņas valodas uz kopšanas etiķetes
Pārdošana	60 % stacionārā tirdzniecībā (pašu mazumtirdzniecība un vairumtirdzniecība), 40 % D2C tiešsaistē

Parametrs	Pieņēmums
Tiešsaistes pasūtījumi	apmēram 100 000 pasūtījumu pozīciju gadā
Preču grozs	65 € bez PVN, seguma koeficients 45 %

Ja jūsu uzņēmums strādā ar sešiem, astoņiem vai divpadsmit izlaidumiem gadā – un daudzi zīmoli to tagad dara –, tad visi turpmākie rādītāji ievērojami uzlabojas, jo etiķešu tirāžas kļūst mazākas, izmetamo preču īpatsvars augstāks un tulkošanas cikli biežāki. Šajā ziņā aprēķina modelis atspoguļo nelabvēlīgāko scenāriju. Skatīt 3.9. sadaļu.

3.2) Fiziskā marķēšana mūsdienās

Cenā ir iekļauti materiāli, drukāšana, apdare un proporcionālā darba laika daļa, kas nepieciešama uzlikšanai. Šīs cenas atbilst standarta nosacījumiem vidējā cenu segmentā vidējiem tirāžiem.

Pozīcija	par vienu vienību	250'000 vienību gadījumā
Zīmola un kakla etiķete, austā	0,045 €	11 250 €
Izmēra etiķete	0,010 €	2 500 €
Kopšanas un sastāva etiķete, deviņās valodās, daudzslāņu	0,065 €	16 250 €
Papildu etiķete par izcelsmi, sertifikātiem, brīdinājumiem	0,020 €	5 000 €
Galvenā karājamā etiķete, divpusēja, apdarināta	0,110 €	27 500 €
Otrā karājamā etiķete: ilgtspējas un zīmola stāsts	0,060 €	15 000 €
Aukla, plomba, drošības diegs	0,030 €	7'500 €
Ieliktnis un buklets par kopšanu un remontu	0,070 €	17'500 €
Komplektēšana un piestiprināšana (proportionālais darba laiks)	0,090 €	22 500 €
Kopējā summa šodien	0,500 €	125 000 €

3.3) Fiziska marķēšana ar produkta pasi

Ne viss tiek atcelts, un es to arī neapgalvoju. Austā zīmola etiķete paliek, jo tā ir zīmola identitāte, nevis informācijas nesējs. Izmēra etiķete paliek, jo pretējā gadījumā veikalā vairs neviens nevarēs sakārtot preces. Paliek arī kopšanas un sastāva etiķete, taču tā tiek ievērojami vienkāršota: simboli, īsas norādes un QR kods uz viena slāņa, nevis deviņas valodu versijas ar 4 punktu lielu rakstzīmju izmēru uz četriem slāņiem.

Pozīcija	par vienu vienību	250 000 vienību gadījumā
Zīmola un kakla etiķete, austā (nemainīga)	0,045 €	11 250 €
Izmēra etiķete (nemainīga)	0,010 €	2 500 €
Apkopes etiķete - vienkāršota: simboli, īsa informācija, vienkārša	0,035 €	8 750 €
QR kods, integrēts esošajā etiķetes drukā	0,005 €	1'250 €
Plāna pirkuma karte ar cenu un QR kodu	0,055 €	13'750 €
Iepakojšana, samazināta	0,050 €	12 500 €
Kopā ar produkta pasi	0,200 €	50 000 €

3.4) Trīs scenāriji

Scenārijs	Kas tiek izlaists	par vienu vienību	gadā
Konservatīvs	Netiek izmantota otrā karte, buklets un papildu etiķete; iepakojšanas izmaksas nedaudz samazinās; tiek pievienots QR kods	0,160 €	40 000 €
Reālistisks (3.2. tabula pret 3.3. tabulu)	papildus apvienošana vienā plānā karājošajā etiķetē un vienkāršā kopšanas etiķetē	0,300 €	75 000 €
Ambiciozs	papildus atļauta digitālā tekstilizstrādājumu marķēšana: aprūpes etiķete tiek atcelta, karte kļūst par tīru cenu zīmi	0,360 €	90 000 €

Konservatīvs aprēķins: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (iesaiņošana) - $0,005$ (QR) = $0,160$ €. Reālistisks aprēķins: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Ambiciozs aprēķins: $0,300 + 0,035$ (kopšanas etiķete) + $0,025$ (karājamā etiķete) = $0,360$ €.

Visos turpmākajos aprēķinos es visā tekstā izmantoju reālistisko scenāriju: $0,30$ € par vienu vienību, 75 000 € gadā.

3.5) Kas notiks ar tekstilizstrādājumu marķējumu

Šajā jautājumā ir jābūt uzmanīgiem, tāpēc es to pateikšu skaidri. Saskaņā ar pašreizējo situāciju Tekstilpreču marķēšanas regula (ES) Nr. 1007/2011 joprojām prasa, lai šķiedru sastāvs būtu norādīts fiziski uz

izstrādājuma vai tā iekšpusē. Arī ražotāja norādījumi saskaņā ar Produktu drošības regulu (GPSR) un ar drošību saistītie brīdinājumi pašlaik nav aizstājami tikai digitālā formātā.

Tieši tāpēc reālistiskais scenārijs ir aprēķināts tieši tā, kā tas ir aprēķināts: tas aizstāj vienīgi brīvprātīgos informācijas nesējus, proti, karājas etiķetes, pielikumus, papildu etiķetes un daudzvalodību, kas pārsniedz obligāto apjomu. Tas darbojas pašreizējā tiesiskajā regulējumā, un nav nepieciešams grozīt nevienu noteikumu.

Tomēr mans vērtējums par šo virzienu ir nepārprotams: informācija saskaņā ar Tekstilizstrādājumu marķēšanas regulu, visticamāk, tāpat būs jāiekļauj un jāpadara redzama modes un tekstilizstrādājumu produktu pasē. Ja tā pati informācija ir obligāti pieejama digitālā formātā, papildu fizisko marķējumu ir grūti pamatot, jo tas rada izmaksas par etiķetēm, materiāliem, darba laiku un resursiem, neradot papildu informācijas vērtību. Saistībā ar produktu pasi tiek apspriesta Tekstilpreču marķēšanas regulas pārskatīšana. Lēmums par to vēl nav pieņemts, un tādēļ 3.4. sadaļā aprakstītais ambiciozais scenārijs ir skaidri atzīmēts kā nākotnes iespēja un nav iekļauts kopējā aprēķinā.

Tie, kas jau šodien produktā iekļāvuši visus datus, šādas izmaiņas gadījumā vairs neko nav jādara, izņemot to, ka jāpasūta mazāka etiķete. Tie, kas tos nav iekļāvuši, atkal sāk no sākuma.

3.6) Netiešās procesa un papildu izmaksas

Etiķetes vienības cena ir tikai redzamā daļa. Ar to saistītās procesa izmaksas daudzos uzņēmumos ir augstākas nekā paša materiāla izmaksas, un tās netiek apkopotas nevienā izmaksu centrā. Starp citu, tieši tas ir iemesls, kāpēc šos ietaupījumus finanšu kontrolē regulāri novērtē par zemu.

Izmaksu pozīcija	pašlaik gadā	Samazinājums	Ietaupījums
Etiķešu tekstu tulkošana, korektūra un maketēšana (9 valodās, 4 kolekciju sērijas)	14 000 €	70 %	9 800 €
Pārspiešana un etiķešu pārliīmēšana teksta kļūdu vai sortimenta izmaiņu gadījumā (3 500 vienības × 0,90 €)	3 150 €	80 %	2 520 €
Etiķešu un karājošo birku atlikumu iznīcināšana, mainoties kolekcijai (8 % no etiķešu budžeta)	10 000 €	60 %	6 000 €
Etiķešu variantu uzglabāšana, komplektēšana un apstrāde	6'000 €	50 %	3'000 €
Licenču maksas par iepakojumu un papīru (EPR, apmēram 4 g kartona uz vienu vienību)	400 €	80 %	320 €
Klientu apkalpošanas pieprasījumi par kopšanu, izmēru un materiālu (3'000 pieprasījumi × 3,50 €)	10 500 €	30 %	3 150 €
Kopā	44 050 €		24 790 €

Punkts, ko es uzskatu par vissvarīgāko: maināmība. Uzdrukāta etiķete ir galīga. Ja kopšanas norādījumi tiek vēlāk laboti, sertifikāts zaudē spēku vai kombinācijas ieteikums kļūst bezjēdzīgs, jo partner-prece ir izpārdota – drukātā versijā to vairs nevar labot. Produkta pasi jebkurā brīdī var centralizēti atjaunināt, un tas attiecas uz visām tirgū esošajām precēm, tostarp arī uz tām, kas pārdotas pirms diviem gadiem. Šī atšķirība ir kvalitatīva, tāpēc to grūti ietvert iepriekš minētajā tabulā. Ikviens, kurš kādreiz ir organizējis preču atsaukšanu nepareiza kopšanas simbolu dēļ, zina, par ko es runāju.

3.7) Atgrieztās preces – lielākais atsevišķais ietekmes faktors

Atgrieztās preces ir galvenais izmaksu postenis tiešsaistes modes nozarē. Ievērojama daļa no tām saistīta ar neatbilstību apģērba piegriezumam un pircēja gaidām, kā arī ar neskaidrībām par materiālu un kopšanu. Tieši šeit savu lomu spēlē produkta pases: pilnīgas izmēru tabulas katram izmēram, materiāla īpašības, saraušanās rādītāji, valkāšanas īpašības, modeļu izmēri, video. Un to visu var apskatīt gan pirms pirkuma, veicot skenēšanu veikalā, gan pēc pirkuma mājās.

Parametrs	Vērtība	Ietekme
Tiešsaistes pasūtījumi gadā	100 000	
Pašreizējais atgriešanas rādītājs	42 %	42 000 atgriešanas gadījumi
Kopējās izmaksas par vienu atgriešanu (pārvadāšana, pārbaude, sagatavošana, vērtības zudums)	11,00 €	462 000 €
Samazinājums par 1,0 procentpunktu	-1 000 atgriešanas	11 000 €
Samazinājums par 2,0 procentpunktiem	-2'000 atgriezumiem	22'000 €
Samazinājums par 3,0 procentpunktiem	-3'000 atgriezumiem	33'000 €

Kopējā aprēķinā es apzināti iekļāvu tikai vienu procentpunktu. Pat šis ļoti piesardzīgais pieņēmums dod 11 000 eiro gadā. Katrs nākamais procentu punkts nodrošina vēl vienu tādu pašu summu. Tas ir instruments ar vislielāko izaugsmes potenciālu, un tas būtu mērķtiecīgi jāizvērtē izmēģinājuma posmā. Par to sīkāk 5.4. sadaļā.

3.8) Kopējie rēķini, ieskaitot platformas izmaksas

Pozīcija	gadā	par vienu vienību
Etīķetes un iepakojšana (reālistisks scenārijs)	75'000 €	0,300 €
Netiešās procesu, tulkošanas un pakalpojumu izmaksas	24'790 €	0,099 €
Atgriešumu samazinājums (1 procentpunkts, konservatīvs aprēķins)	11 000 €	0,044 €
Bruto ietaupījums	110 790 €	0,443 €
Izdevumi 1. gadā: platforma, datu ieguve, QR integrācija, iekšējais laiks	-25 000 līdz -40 000 €	
Tīrais efekts 1. gadā	+71 000 līdz +86 000 €	
Izdevumi no 2. gada: platforma un pastāvīgā uzturēšana	-18'000 līdz -25'000 €	
Tīrais efekts no 2. gada	+86'000 līdz +93'000 €	

Par platformas izmaksām – caurskatāmi. Transpareo tarifi tiek aprēķināti atkarībā no publicēto produktu pasu skaita, līgumu var pārtraukt ik mēnesi, un datus jebkurā brīdī var eksportēt pilnībā. Tātad nav nekādas saistības ar mums, ko es uzskatu par pašsaprotamu lietu, kas diemžēl šajā tirgū tāda nav.

Tarifs	Produktu paketes	CHF/mēnesī	EUR/mēnesī
Small, izmēģinājuma un sākuma versijai	līdz 100	139	apm. 153
Medium	līdz 1'000	559	apm. 629
Large, paraugs 1'200 SKU gadījumā	līdz 10'000	1'399	apm. 1'539
Unlimited	neierobežots	3'499	apm. 3'849

Cenas spēkā no 2026. gada augusta, iekļaujot pašreizējo beta atlaidi, AI tulkojumu 40 valodās, savu domēnu, zīmola veidošanu, GS1 Digital Link, potenciālo klientu piesaistīšanu, analītiku, REST-API, kā arī importu un eksportu. Aktuālie nosacījumi un pašreizējās akcijas pieejamas vietnē transpareo.com.

Sākumā tas nozīmē: izmēģinājuma pakete ar 20 līdz 30 modeļiem jums izmaksās no 139 līdz 199 CHF mēnesī. Salīdzinājumā ar jebkuru citu pozīciju šajā dokumentā šī summa ir niecīga, tāpēc vienkārši nav nekāda finansiāla iemesla, kāpēc neuzsākt to nekavējoties. Tikai pēc sistēmas ieviešanas visā sortimentā tarifs palielināsies. Modelī ar aptuveni 1'200 preču un krāsu kombinācijām tas ir „Large” tarifs ar aptuveni 18'500 € gadā, un tas ir iekļauts iepriekš minētajās izmaksu robežās. Salīdzinot ar 110 790 eiro ietaupījumu, tas ir aptuveni 17 procenti.

3.9) Ja gadā piedalāties vairāk nekā divās kolekciju izstādēs

Daudzi zīmoli šodien pastāvīgi atjauno un paplašina savu piedāvājumu. No finanšu viedokļa tas darbojas kā reizinātājs, un tas attiecas uz abām argumentācijas pusēm.

Izmaksu bloks	2 kolekcijas plus 2 papildu izlaidumi	8 līdz 12 izlaidumi gadā
Etīķešu tirāžas	vidējas tirāžas, labi pakāpeniskie cenas	mazākas tirāžas, sliktāki pakāpeniskie cenas, vienības cena pieaug
Tulkojums un maketēšana	4 cikli gadā	8 līdz 12 cikli, 14 000 eiro summa viegli dubultojas
Atlikušo krājumu iznīcināšana	8 % no etīķešu budžeta	pieredze liecina, ka 12–18 %, jo mainās biežāk
Minimālais pasūtījuma daudzums	reti saistošs	regulāri saistošs, tādējādi rodas sistemātiska pār-mērīga pasūtīšana
Laiks līdz tirgus ieviešanai	plānojams	Etīķešu piegādes laiks kļūst par šauru vietu izlaišanas procesā

Pēdējais punkts bieži tiek ignorēts, taču patiesībā tas ir vissvarīgākais: ja „Drop” ir jāgaida, kamēr tiek piegādāta kopšanas etiķete, tas kavē pārdošanu. Produkta aprakstu var atjaunināt dažu minūšu laikā. Es ieteiktu ikvienam uzņēmumam ar lielu „Drop” pasūtījumu skaitu atkārtot šo aprēķinu, izmantojot savus skaitļus. Rezultāts parasti izrādās ievērojami labāks nekā šeit parādītais.

4) Kāda nozīme mārketingā ir produkta pase

Ietaupītās izmaksas finansē šo projektu. Patiesā stratēģiskā vērtība slēpjas citur: produktu pase pārvērš obligāto marķējumu par pastāvīgu, zīmolam raksturīgu komunikācijas kanālu uz paša produkta.

4.1) Vienīgais kontaktpunkts ar pilnu pārklājumu

Jebkurš cits kanāls sasniedz tikai daļu mērķauditorijas. Biļetens sasniedz abonentus. Sociālie tīkli sasniedz sekotājus un nodrošina maksas reklāmas sasniedzamību. Veikals sasniedz tiešsaistes pircējus. QR kods ir piestiprināts pie katra atsevišķa pārdotā izstrādājuma.

Raksturlielums	Klasiskie kanāli	Produkta informācijas lapa uz paša produkta
Sasniedzamība	daļa pircēju	katrs pārdotais produkts
Fizisko veikalu klienti	parasti anonīmi	pirmo reizi adresējami
Mediju izmaksas	pastāvīgi, par katru kontaktu	nav, nesējs ir pats produkts

Raksturlielums	Klasiskie kanāli	Produkta informācijas lapa uz paša produkta
Kontakta ilgums	kampaņas periods	visa lietošanas ilgums, bieži vien gadi
Izraisītājs	zīmols	pats klients, attiecīgi augsta uzmanība
Otrreizējais īpašnieks	nav sasniedzams	kļūst par jaunu kontaktu, pārdodot tālāk

Otrais punkts ir tas, par ko es visbiežāk runāju ar modes uzņēmējiem. Piemēram, 60 procenti preču tiek pārdotas fiziskās veikalos. Tas ir 150 000 vienību gadā cilvēkiem, par kuriem jūs neko nezināt un ar kuriem nekad vairs nesazināsit. Produktu pase to maina bez kases sistēmas integrācijas, bez klientu kartes un bez tirdzniecības partnera iejaukšanās.

4.2) Kombinācijas un krustpārdošana

Norāde uz apģērba gabaliem, kurus var kombinēt, ir gaidīta papildu informācija produkta aprakstā. Tāds pircējs, kurš nolasītu kodu uz tikko iegādātās svārku, atrodas tieši tādā situācijā, kurā ieteikums par piemērotu blūzi ir noderīgs un netraucē. Tā ir atšķirība no jebkuras retargetinga reklāmas, kas tiek parādīta trīs dienas vēlāk.

- Pilnīgs tērps no reklāmas fotosesijas, ko var pasūtīt uzreiz
- Atbilstoši aksesuāri: josta, šalle, soma, apavi
- Citas krāsas un izmēri tam pašam modelim
- Tā paša izstrādājuma atkārtota iegāde – iecienītu apģērbu gadījumā ievērojami novērtēts pārdošanas veicinātājs
- Sezonas papildinājums: rudens sezonai piemērots trikotāžas mētelis, kas pietāv vasaras kleitai
- Kopšanas līdzekļi: vilnas mazgāšanas līdzeklis, pūkainības noņēmējs, impregnējošs aerosols, rezerves pogas

Papildu pārdošana, aprēķina metode	Pieņēmums	Rezultāts
QR kodi tirgū gadā	250 000	
Skenēšanas rādītājs, ja redzams ieguvums	12 %	30 000 skenējumi
Konversija uz kombinācijas ieteikumu	3 %	900 pasūtījumi
Groza vērtība	65 €	58 500 € apgrozījums
Peļņas maržas rādītājs	45 %	26 325 € peļņas marža

Patēriņa preču skenēšanas rādītāji parasti svārstās no 5 līdz 15 procentiem. Tie ievērojami palielinās, ja uz etiķetes ir norādīta konkrēta priekšrocība: «kopšanas padomi, piemēroti stili un pagarināta garantija» – nevis tikai kods. Šis teikums neko nemaksā un ir visefektīvākais atsevišķais pasākums, kādu es pazīstu.

4.3) Pasākumi, kopiena, zīmola pieredze

Produkta karti var brīvi papildināt ar informāciju un jebkurā brīdī atjaunināt, nemainot QR kodu. Tādējādi katrs tirgū pieejamais apģērba gabals kļūst par informācijas izplatīšanas kanālu par aktuāliem notikumiem, pat vairākus gadus pēc pārdošanas.

- Ielūgumi uz veikalu pasākumiem, izpārdošanām, kolekciju pirmizrādēm, „trunk show“
- Laika rezervēšana personīgai stila konsultācijai tuvākajā veikalā
- „Repair Cafés” un remonta pakalpojumi – spēcīgs ilgtspējas apliecinājums ar augstu atkārtotas saziņas vērtību
- Reģionāla mērķauditorijas izvēle: tikai klienti, kas atrodas veikala tuvumā, redz tā pasākumu datumus
- Iepriekšpārdošanas periods un kopienas formāti reģistrētajiem lietotājiem

4.4) Potencionālo klientu piesaistīšanas rīks

Izmantojot „Transpareo” potenciālo klientu piesaistīšanas rīku, jūs patstāvīgi un bez aģentūras palīdzības varat izveidot neierobežotu skaitu aptauju un saistīt tās ar produkta karti. Izšķiroša nozīme efektīvai tātei ir vienai tehniskai detaļai: aptauja atveras automātiski pēc QR koda skenēšanas. Klientam nav nekas jāmeklē un nekas jāuzklikšķina. Ikviens, kurš kādreiz ir mēģinājis pamudināt cilvēkus ar papildu klikšķi aizpildīt veidlapu, zina, cik liela nozīme šai atšķirībai ir dalības rādītājos.

Šis mehānisms pats par sevi ir sen zināms un darbojas: klients saņem konkrētu labumu un apmaiņā pret to sniedz informāciju un piekriņ.

Priekšrocības klientam	Jautājumi anketā	Priekšrocības jums
Pagarināta garantija pēc produkta reģistrācijas	Pirkuma datums, pirkuma vieta, kontaktinformācija	Sākotnējais kontakts un pārdošanas pārredzamība vairumtirdzniecībā
Personīgais stila ceļvedis par iegādāto preci	Stila preferences, pasākumi, izmēri	Segmentācija kampaņu un sortimenta plānošanai
Priekšrocība vai dāvana nākamajā pirkumā	E-pasts, piekrišana jaunumiem	Potencionālais klients ar piekrišanu bez mediju izmaksām
Priekšrocības piekļuve jaunajai kolekcijai	Iemīļotās kategorijas, gatavība maksāt	Pieprasījuma novērtējums pirms pasūtījuma
Dalība izlozē vai kopienas pasākumā	Reģions, veikala izvēle	Uz atrašanās vietu balstīta aktivizēšana
Atsauksmes par apģērba piegādi ar ieteikumu par izmēru nākamajai reizei	Ķermeņa izmēri, vērtējums par piegādi	Tieša datu bāze, lai samazinātu preču atgriešanu
Bezmaksas remonta pārbaude	Lietošanas ilgums, nolietojuma vietas	Kvalitātes dati no prakses produktu attīstībai

Pēdējā rinda noslēdz apli, kas modes nozarē gandrīz nekad netiek noslēgts. Atsauksmes par apģērba piegulošanu un izturību parasti nonāk līdz produktu attīstības nodaļai tikai caur preču atgriešanas iemesliem un sūdzībām, tātad izkropļotas, negatīvi atlasītas un novēlotas. Izmantojot produktu pasi, tās tiek saņemtas no apmierinātiem lietotājiem pēc vairākiem mēnešiem reālas lietošanas. Kā tekstilzinātnieks es būtu vēlējies šādu datu avotu.

Potencionālo klientu piesaistīšana, aprēķina metode	Pieņēmums	Rezultāts
Skenējumi gadā (12 % no 250 000)	30 000	
Dalība automātiski atvērtā aptaujā	25 %	7 500 potenciālie klienti
no tiem no stacionārās tirdzniecības, līdz šim anonīmi	60 %	4'500 jauni kontakti
Salīdzinošā vērtība - potenciālo klientu piesaistīšanas izmaksas modes nozarē	6 € par vienu potenciālo klientu	45'000 € mediju ekvivalents

Mediju ekvivalences vērtība nav naudas līdzekļu ieplūde, tāpēc tā tiek atsevišķi uzrādīta kopējā pārskatā. Tomēr kvalitatīvā ziņā atšķirība ir vēl lielāka nekā summa: potenciālais klients no produktu datu bāzes nāk no pārbaudīta pircēja, par kuru ir zināms, ka viņš ir iegādājies produktu.

4.5) Preču zīmju un autortiesību aizsardzība

Līdz šim šis jautājums saistībā ar produktu pasi ir pārsteidzoši maz apspriests, lai gan tas, visticamāk, ir visnozīmīgākais atsevišķais ieguvums premium un luksusa zīmoliem, turklāt tas ir pieejams uzreiz.

Produkta pase, kas ar unikālu identifikatoru norāda uz zīmola uzturētu, versiju numurētu un kriptogrāfiski parakstītu datu ierakstu, ir izcelsmes apliecinājums. Pircējs pārlūkprogrammā var pārbaudīt, vai izstrādājums ir īsts, no kurienes tas nāk un kad tas tika laists apgrozībā. Viltojums var nokopēt QR kodu, taču viņš nevar izveidot derīgu ierakstu jūsu datu bāzē un nevar pievienot derīgu parakstu.

Paredzēts lietošanai:

- Izcelsmes apliecinājums augstas kvalitātes apģērbiem, somām, pulksteniem un luksusa precēm
- Pārbaudes iespēja muitas un tirgus uzraudzības iestādēm bez nepieciešamības sazināties ar ražotāju
- Uzticības palielināšana otrreizējā tirgū, kur autentiskums ir galvenais šķērslis pirkumam
- Sērijas numuri katram atsevišķam izstrādājumam, nevis tikai katram preču veidam, ja tas ir lietderīgi
- Ja tas ir organizatoriski iespējams, pārdošanas veikala atbildīgais vadītājs, izmantojot atļauju lietojumprogrammu pārvaldniekā, var ievadīt pircēja vārdu un uzvārdu, kā arī papildu informāciju par pirkumu, tādējādi to iekļaujot produkta pasē

Esmu pārliecināts, ka tuvāko gadu laikā šeit ieviesīsies NFC un RFID tehnoloģijas, kas izmanto to pašu identifikatoru, kas iekļauts QR kodā. Mikroshēma apakšmalā, kurā ir iekļauts tas pats identifikators, ir

ievērojami grūtāk viltojama nekā uzdrukāts kvadrāts. Arī NFT balstīti īpašumtiesību apliecinājumi izmantos šo identifikatoru kā atsauces punktu. Izšķirošais faktors ir šāds: tas, kurš jau šodien, izmantojot digitālo produktu pasi, izveido precīzu un unikālu identifikatoru katram produktam, jau tagad ir gatavs visām šīm tehnoloģijām.

4.6) Otrreizējais tirgus un vērtības saglabāšana

Modes lietoto preču tirgus aug straujāk nekā jauno preču tirgus. Produktu pase ietekme šajā jomā ir trīskārša:

- **Vērtības saglabāšana.** Apģērba gabals ar pilnīgu, digitāli reģistrētu materiāla, izcelsmes un kopšanas vēsturi pārdošanā tiek pārdots par augstāku cenu nekā apģērbs ar nesalasāmu etiķeti. Tas ietekmē pircēju gatavību maksāt par jaunu preci.
- **Autentiskums.** Skatīt 4.5. sadaļu par aizsardzību pret viltojumiem. Otrreizējā tirgū tas ir izšķirošais pirkšanas arguments.
- **Jauns kontakts bez klientu piesaistīšanas izmaksām.** Otrreizējais īpašnieks skenē un nonāk pie jums. No lietotas preces pirkuma, no kura jūs neko nopelnāt, rodas potenciālais klients un, iespējams, jauns klients.

4.7) Daudzvalodība un pieejamība

Apkopes etiķete, kas izgatavota deviņās valodās ar 4 punktu lielu rakstību uz četrām satīna lentes kārtām, faktiski ir nesalasāma ievērojamai iedzīvotāju daļai. Tas attiecas uz ikvienu klientu, kas vecāks par sešdesmit gadiem, ikvienu ar redzes traucējumiem un ikvienu, kurš pēc trešās mazgāšanas vairs nespēj atšifrēt etiķeti.

Produkta pase ir optimizēta ekrānam, tās var nolasīt ar ekrāna lasītāju, tās var brīvi palielināt, un tām ir augsts kontrasts. Tas tieši atbilst Eiropas Piekļūstamības likuma prasībām.

Runājot par valodu jautājumu, jāpiebilst, ka ģeogrāfiskajai atrašanās vietai vairs nav nozīmes. „Transpareo” bez papildu izmaksām tulko visu datubāzes informāciju visās Eiropas valodās, kā arī bengāļu, ķīniešu, hindi, indonēziešu, japāņu, korejiešu un vjetnamiešu valodās – kopumā 40 valodās, tostarp visās 24 ES oficiālajās valodās. Lietotājs pats izvēlas savu darba valodu lietojumprogrammu pārvaldniekā. Profila lapā automātiski parādās pārlūka valoda, un klientam nav nekas jāmaina.

Jums tas nozīmē divas lietas. Papildu noieta tirgus neaizņem ne milimetru vairāk no etiķetes platuma un nerada papildu izmaksas par tulkojumu. Turklāt tiek nodrošināta atbalsts visām piegādes ķēdē iesaistītajām valodām: šūšanas uzņēmums Bangladešā, piegādātājs Vjetnamā un partneris Ķīnā var izlasīt jūsu specifikācijas savā valodā. Praksē tas ir vismaz tikpat vērtīgi kā klientu puse.

5) Kādi ieguvumi no tā ir jūsu organizācijai

Visgrūtāk kvantificējama, taču ilgtermiņā vissvarīgākais ieguvums slēpjas pašā organizācijā. Produkta pase ir datu produkts, un tas prasa skaidri noteiktas atbildības jomas, apvienotus avotus un iesaistītus piegādātājus. Nevienam no šiem elementiem nevar izveidot īsā laikā. Datu kvalitāti nevar nopirkt – tā ir jāizstrādā.

5.1) Vienkārši sāciet ar to, kas ir pie rokas

Visbiežākais iemesls, kāpēc projekti saistībā ar produktu pasi netiek uzsākti, ir uzskats, ka vispirms ir jāsavāc visa nepieciešamā informācija. Tas ir nepareizi un kavē darbu. Sāciet ar datiem, kas jau ir pieejami un kurus var iegūt bez papildu pieprasījuma – ja rodas šaubas, sāciet ar 2.6. sadaļu, par kuru nevienam nav jāraksta. Publicējiet tos. Un pēc tam paplašini datu bāzi, pievienojot informāciju par katru kolekciju.

Klientam jau šodien ir vērtīga brošūra ar kopšanas norādījumiem, informāciju par materiāliem, izmēru tabulu un kombinēšanas ieteikumiem. Viņš negaida pilnīgus 3. līmeņa piegādes ķēdes datus, un arī 2029. gadā tie nebūs pirmā lieta, ko viņš apskatīs.

Fāze	Laika posms	Saturs	Rezultāts
1. Sākums	1.-2. mēnesis vai ātrāk	Izvērtēt izmaksu bāzi. Noteikt izmēģinājuma sortimentu no 20 līdz 30 modeļiem. Apkopot tikai iekšēji pieejamos datus: mārketinga, materiālu, kopšanas un izmēru datus. Mazais tarifs, 139–199 CHF mēnesī.	Pirmie pilnīgie datu kopumi bez neviena kontakta ar piegādātājiem
2. Publicēšana	3.-5. mēnesis vai agrāk	Izstrādāt izkārtojumu un piedāvājuma priekšrocības. Integrēt QR kodu etiķešu drukā. Izveidot pirmo aptaujas anketu. Sākt darbību.	Apliecinājumi tirgū, pirmie skenējumi, pirmie potenciālie klienti, pirmie mērījumi
3. Paplašināšana	6.-12. mēnesis vai agrāk	Ieviešana visā kolekcijā. Excel un ERP sasaistes nodrošināšana. Etiķešu apjoma samazināšana. Rādītāju noteikšana.	Pilnīga izmaksu ietaupīšana, uzticami konversijas dati
4. Padziļināšana	2. gads līdz 2028. gadam	Papildināt 2./3. līmeņa piegādātāju datus. Izveidot vides, remonta un pārstrādes laukus. Iekļaut datu piegādi pamatlīgumos. Ieviest datu kvalitātes pārbaudes rutīnas.	Plaša gatavība jau ilgi pirms obligātās prasības stāšanās spēkā
5. Reģistrēšana	no 2029. gada	Saskaņošana ar deleģētā tiesību akta galīgo datu modeli, reģistrēšana ES reģistrā.	Atbilstība prasībām bez projekta un bez termiņu spiediena

Ņemiet vērā, ka 1. un 2. posms kopā ilgst ne vairāk kā piecus mēnešus un neprasa neko tādu, ko jūs paši nevarētu paveikt. Tieši šajā brīdī lielākā daļa bažu izgaist.

5.2) Datu importēšana un savienošana, un kāpēc virziens ir svarīgs

Transpareo var importēt neierobežotu skaitu Excel failu; importētājs pielāgojas jūsu failiem, nevis otrādi. Atsevišķa PIM sistēma nav nepieciešama, taču to var integrēt. Turklāt var integrēt neierobežotu skaitu iekšējo un ārējo datubāzu, ieskaitot ERP sistēmas.

Attiecībā uz savienojumu ir pieņemts arhitektūras lēmums, ko es uzskatu par nozīmīgu drošības ziņā un kas ir rūpīgi jāizvērtē attiecībā uz katru pakalpojumu sniedzēju, kuru jūs pārbaudāt:

Datu plūsma ir vienvirziena – ienākoša. Avota puse autentificējas Transpareo-Vendor-API un nosūta datu paketi. Transpareo nekādā brīdī neiejaucas ražotāja sistēmās un tam nav nepieciešami piekļuves dati jūsu ERP sistēmai. Tas nozīmē: no mūsu platformas uz jūsu sistēmām nav nekāda piekļuves ceļa. Nav ienākošas piekļuves, nav saglabātu autentifikācijas datu, nav atvērtas savienojuma, kas varētu tikt kompromitēts. Izveidojot „push” (aktīvu nosūtīšanu) sistēmu, nevis „pull” (pasīvu saņemšanu), jau sākotnēji tiek izslēgta vesela uzbrukumu veidu kategorija.

Ja jūs salīdzināt pakalpojumu sniedzējus, tas ir viens no jautājumiem, ko es uzdotu vispirms. Mēs apzināti esam izstrādājuši strukturētu pamatu, kas ir neitrāls attiecībā uz pakalpojumu sniedzējiem; skatiet 6.4. sadaļu.

5.3) Datu kopums kā patstāvīga vērtība

Tagad pievērsīsimies jautājumam, kas mani personīgi interesē visvairāk un kas diskusijā praktiski netiek pieminēts.

Ja jūsu produktu dati ir strukturēti un apkopoti vienā vietā, tie pieder jums, un tos jebkurā brīdī var pilnībā vai daļēji atjaunot: jūsu datu noliktavā, analīzes rīkos vai jūsu pašu sistēmās. Transpareo sistēmā to var izdarīt, eksportējot CSV, XLSX, JSON-LD un SQL formātos vai izmantojot REST-API. Un tas ir iespējams neatkarīgi no tā, vai jūs publicējat pat vienu vienīgu profilu. Uzreiz un atkārtoti.

Tas paver iespējas un sniedz milzīgu labumu, kam nav nekāda sakara ar atbilstību:

- **AI apmācība, izmantojot pašu datus.** Valodas modelis, kas pārzina visus jūsu materiālus, kvalitātes apzīmējumus, piegriezuma loģiku un piegādātāju struktūru, ir kaut kas pilnīgi atšķirīgs no vispārēja modeļa. Pamats tam ir tīra, konsekventa produktu datu bāze – tieši tas, kas rodas, veidojot produktu pasi.
- **Aģentu lietojumprogrammas.** Asistentu sistēmām, kas analizē kolekciju datus, ierosina materiālu alternatīvas, pārbauda specifikācijas vai atbild uz klientu jautājumiem, obligāti nepieciešami strukturēti produktu dati. Bez tiem jebkura aģenta ideja paliek tikai prezentācijas slaidis.
- **Iepirkumi un ražošanas plānošana.** Materiālu vajadzības, ņemot vērā modeļus, krāsas un izmērus, pavadīnu kvalitātes apvienošana pa kolekcijām, piegādātāju koncentrācija katrā materiālu grupā:

visas šīs analīzes cietīs neveiksmi, ja dati būs izkliedēti, bet, apvienojot datus, tās kļūs vienkāršas.

- **Pētniecība un attīstība.** Kāda konstrukcija, kāds platības svars un kāda apdare vairāku sezonu garumā izraisa kādu sūdzību un preču atgriešanas rādītāju? Šo korelāciju var aprēķināt tikai tad, ja materiālu, pārdošanas un atgriešanas dati atrodas vienā vietā.

Kā uzņēmējs es to saku pilnīgi skaidri: pat ja ES rīt atceltu produktu pasi bez jebkāda aizstājēja, darbs pie šīs datu bāzes būtu bijis pareizs un ilgtermiņā vērtīgs. Pase ir lietojumprogramma. Dati ir vērtība.

5.4) Rādītāji, kurus vajadzētu uzskaitīt jau no pirmās dienas

Rādītājs	Mērijums	Kāpēc
Skenēšanas rādītājs	Skenējumi uz 100 pārdotajām vienībām	Optimizēt priekšrocību piedāvājumu uz etiķetes
Uzturēšanās ilgums un lapas dziļums	Sekundes, klikšķi	Prioritizēt saturu, atbrīvoties no liekā
Potencionālo klientu konversija	Potencionālie klienti uz 100 skenējumiem	Testēt priekšrocību piedāvājumu
Krustpārdošanas konversija	Pasūtījumi uz 100 skenējumiem	Uzlabot kombināciju loģiku
Atgriešanas rādītājs: skeneru lietotāji pret nelietotājiem	Starpība procentu punktos	Pārliciecināmais rādītājs vadībai
Servisa pieprasījumi par kopšanu un izmēru	Pieprasījumi mēnesī	Pierādīt klientu apkalpošanas slo-dzes samazināšanos
Etiķešu izmaksas par vienu vienību	Eiro par vienu vienību	Parādīt ietaupījumus finanšu pārskatos

Lūdzu, iestatiet piekto rindu pirms sistēmas nodošanas ekspluatācijā. Retrospektīvi vairs nav iespējams veikt salīdzinājumu starp lietotājiem, kas izmanto skenēšanu, un tiem, kas to neizmanto, un tieši šis skaits tiks pieprasīts no jums otrajā gadā. Skenēšanas statistika „Transpareo” tiek vākta servera līmenī, neizmantojot sīkdatnes un izsekošanas rīkus. Jūs saņemat skaitļus, laika grafiku un reģionu, neradot problēmas ar piekrišanu.

6) No produkta pases uz ES reģistru: formāla formalitāte

Visbiežāk izteiktais iebildums pret agrīnu uzsākšanu ir tas, ka galīgais ES datu modelis vēl nav noteikts, tāpēc šodienas darbs, iespējams, varētu izrādīties veltīgs. Es saprotu šo iebildumu, taču tas balstās uz nepareizu izpratni par to, kā darbojas reģistrs.

6.1) Kā reģistrs faktiski darbojas

ES produktu pasu reģistrs darbojas kopš 2026. gada 20. jūlija; Īstenošanas regula (ES) 2026/1778 reglamentē piekļuves kontroli, lietotāju verifikāciju, reģistrāciju un datu uzglabāšanas prasības. Svarīgi ir tas, ka reģistrā tiek glabāti unikāli identifikatori un metadati; tas nav datu krātuve pašiem pasēm. Paši produktu dati paliek decentralizēti pie tirgus dalībnieka vai tā pakalpojumu sniedzēja.

Praktiski tas nozīmē, ka jūsu pasēm ir jābūt aprīkotām ar standartiem atbilstošu, dzēšamu identifikatoru un tām jābūt reģistrētām, pirms produkts tiek laists apgrozībā ES tirgū. Datu uzturēšana paliek nemainīga.

Transpareo pilnībā atbilst saskaņotajiem standartiem, kas citēti 2026. gada 15. jūlija Īstenošanas lēmumā (ES) 2026/1736, kas publicēts Oficiālajā Vēstnesī; arī abi atlikušie standarti ir ieviesti. Transpareo darbojas ar GS1 Digital Link un standartiem atbilstošu GTIN atrisinājumu, un ir paredzēts reģistrēšanai ES reģistrā. Katrai pases versijai ir divi neatkarīgi paraksti – no izdevēja un no Transpareo; izdevēja atslēgu varat glabāt paši, izmantojot savu paraksta galapunktu.

Ievadiet vienreiz. Publicējiet šodien. Reģistrējiet vēlāk.

- Ievadīšana:** esošos produktu datus strukturēti un, balstoties uz laukiem, pārnēsiet datu bāzē. Izšķirošais faktors ir lauku izmantošana: nepārtrauktu tekstu nevar kartēt, bet sakārtotus laukus – gan.
- Publicēšana:** pases dati tiek nekavējoties publicēti. QR kods uz produkta, lietderība jau no pirmās dienas.
- Paplašināšana:** no kolekcijas uz kolekciju tiek pievienoti jauni lauki, ņemot vērā ikdienas darbības ritmu.
- Reģistrēšana:** kad stāsies spēkā obligātā prasība, esošais datu ieraksts tiks saskaņots ar galīgo modeli un Transpareo to ievadīs ES reģistrā. Nav jāuzsāk no jauna, nav projekta, nav panikas par termiņiem.

6.2) Četri iebildumi, kurus es dzirdu visbiežāk

Iebilde	Mana atbilde
«Tekstilpreču datu modelis vēl nav noteikts.»	Tehniskā struktūra vēl nav noteikta, taču satura būtība – gan. Tajā būs iekļauts materiāls, izcelsme, kopšana, remonts, sertifikāti un pārstrādājamība – par to nav nekādu nopietnu šaubu. Struktūras var automātiski kartēt, ja vien saturs ir precīzi un pa laukiem reģistrēts. Tieši šī reģistrēšana ir patiesais darba apjoms, un tā ir jāveic jebkurā gadījumā.
«Tad mums nāksies strādāt divreiz.»	Jūs datus ievadāt datu bāzē vienu reizi. Tie nekavējoties tiek publicēti kā produkta pase un vēlāk papildus reģistrēti. Vienreiz ievadāt, vairākkārt izmantojat.

Iebilde	Mana atbilde
«Mēs gaidām standartu.»	Seši no astoņiem standartiem kopš 2026. gada jūlija ir saskaņoti, reģistrs darbojas. Standarts, uz kuru gaidīja, lielā mērā jau ir pieejams. Abas pārējās normas ir zināmas, un „Transpareo” tās jau ir ieviesis. Un tas, kurš turpina gaidīt, vienlaikus kavē izmaksu ietaupījumus, potenciālos klientus un mācību procesu.
«Mums nav visu datu.»	Nevienam to nav. Produkta pase sākas ar to, kas ir pieejams, un paplašinās. Tā tas vienmēr paliks, arī pēc reģistrācijas. Skatīt 5.1. punktu.

6.3) Riski, kas ir skaidri norādīti

Risks	Novērtējums	Rīcība
Galīgais datu modelis atšķiras	vidējs	Ievākt datus, balstoties uz laukiem, nevis nepārtrauktu tekstu. Automātiska datu saskaņošana ir iespējama, taču satura atkārtota ievākšana – nē.
Zems skenēšanas rādītājs sākumā	vidējs	Uz etiķetes formulēt lietderības solījumu, pārbaudīt pilotprojektā un veikt iterācijas, pirms tiek veikta mēroga paplašināšana.
Fiziskā obligātā marķēšana paliek spēkā	augsts	Jau iekļauts cenā. Realistiskais scenārijs aizstāj tikai brīvprātīgos marķējumus.
Piegādātāji nesniedz datus	vidējs	Sākt ar iekšēji pieejamiem datiem. Pakāpeniski iekļaut datu piegādi pamatlīgumos, kamēr vēl pastāv sarunu iespējas.
Saistība ar vienu pakalpojuma sniedzēju	zems	Līgumu var pārtraukt ik mēnesi, pilnīga eksportēšana četros formātos, stabilas pasu adreses, atvērtā koda renderētājs. Pārbaudiet to attiecībā uz katru pakalpojuma sniedzēju, kuru apsverat; mūsu pakalpojuma sniedzēju pārbaudes sarakstā ir uzskaitīti jautājumi, kurus ir vērts uzdot.
Datu aizsardzība potenciālo klientu piesaistīšanā	zems	Skaidra piekrišana (opt-in), mērķa ierobežojums un datu dzēšanas koncepcija jau no paša sākuma.

6.4) Par pakalpojuma sniedzēja izvēli

Es rakstu šo dokumentu kā uzņēmuma „Transpareo” dibinātājs, un jums tas būtu jālasa, ņemot to vērā. Tāpēc man ir īpaši svarīgi izdarīt šādu norādi.

Mēs esam publicējuši apzināti piegādātāju neitrālu [piegādātāju pārbaudes sarakstu](#) ar trīsdesmit kritērijiem, kas patiešām ir svarīgi, lai pieņemtu pārliedzinošu lēmumu par platformu: atbilstība standartiem, atbalsts GS1 Digital Link, parakstīšanas un arhivēšanas koncepcija, datu suverenitāte un eksportējamība, cenu modelis un mērogojamība atkarībā no SKU skaita, iespēja izstāties. Pārskatiet šo sarakstu,

pirms pieņemat lēmumu, arī un jo īpaši tad, ja galu galā izlemsiet neizvēlēties mūs. Jums nevajadzētu izvēlēties platformu, kas šādu pārbaudi neiztur; tas attiecas gan uz mums, gan uz visiem pārējiem.

Papildus sadaļā „[leskats un perspektīvas](#)” regulāri tiek publicēti speciālie raksti par ESPR, standartizāciju un īstenošanas praksi, kā arī mūsu [ESPR rokasgrāmatā](#) ir sniegts pašas regulas izklāsts. Renderētājs „Transpareo Time Machine” ir atvērtā koda programmatūra saskaņā ar GPL v3, tādējādi ikvienu pasi var pārbaudīt pārlūkprogrammā neatkarīgi no mums.

7) Pirmās 90 dienas

Nobeigumā – plāns, kuru varat sākt īstenot jau pirmdien. Tam nav nepieciešams konsultāciju pilnvarojums, konkurss vai budžeta pieprasījums.

Laika periods	Uzdevums	Rezultāts
1.-2. nedēļa	Faktisko izmaksu apkopošana: pēdējo divpadsmit mēnešu rēķini par etiķetēm, pasūtījumi par karājas etiķetēm, tulkošanas izmaksas un nodošanas iznīcināšanai saraksti	Jūsu pašu skaitļi, nevis manas parauga pieņēmumi no 3. nodaļas
2.-4. nedēļa	Izveidot datu karti: kurš lauks atrodas kurā sistēmā, kurš to uztur, cik aktuāls tas ir. Kā paraugu izmantot 2. nodaļā minētās tabulas	Skaidrība par datu gatavību un faktiskajām nepilnībām
3.-4. nedēļa	Noteikt izmēģinājuma sortimentu: 20 līdz 30 modeļus ar augstu atpazīstamību un labu stāstīšanas potenciālu. Bez maksas izmēģinājums, pēc tam „Small” tarifs	pārskatāms, informatīvs izmēģinājums
4.-6. nedēļa	Izveidot kontu, definēt lauku struktūru, importēt pilotprojekta datus, izmantojot Excel	pirmie pilnīgie datu kopumi
6.-8. nedēļa	Izstrādāt izkārtojumu un satura struktūru, ievadīt kombināciju ieteikumus, formulēt etiķetes priekšrocību solījumus	publicēšanai gatavs risinājums
7.-9. nedēļa	Saskaņot QR integrāciju ar etiķešu piegādātāju un iekļaut to nākamajā, jau tāpat plānotajā etiķešu nomaiņā	leviešanas robežizmaksas tuvu nullei
8.-10. nedēļa	Izveidot pirmo anketu potenciālo klientu ģeneratorā. Ieteikums: pagarināta garantija, reģistrējot produktu	Potencionālo klientu piesaistīšanas mehānisms darbojas, anketa atveras automātiski pēc skenēšanas
10.-12. nedēļa	Izmēģinājuma sortimenta palaišana, rādītāju noteikšana, mērījumu uzsākšana, jo īpaši atgriezumam salīdzinājums	pirmie reālie skenēšanas un konversijas dati

Laika periods	Uzdevums	Rezultāts
12. nedēļa	Izvērtēšana, biznesa plāna atjaunināšana ar faktiskajiem rādītājiem, lēmuma pieņemšana par ieviešanas paplašināšanu	drošs lēmuma pieņemšanas pamats

7.1) Trīs lietas, ko vēlos jums ieteikt

- **Uz etiķetes norādiet priekšrocības.** Vienkāršu QR kodu gandrīz neviens neskenē. «Digitālā produkta pase: kopšanas padomi, piemēroti stili, kā arī pagarinātā garantija un daudz kas cits» ievērojami palielina skenēšanas rādītājus. Šis teikums neko nemaksā, bet nosaka visu rēķina mārketinga daļu.
- **Saistiet pārmaiņas ar nākamo etiķešu nomaiņu.** Ja QR koda integrāciju iekļausiet jau tāpat plānotajā nomaiņā, pārmaiņu izmaksas praktiski nebūs. Ja no tā izveidosiet īpašu akciju, jums nāksies maksāt divreiz.
- **No paša sākuma novērtējiet ietekmi uz preču atgriešanu.** Atgriešanas rādītāju salīdzinājums starp tiem, kas skenē, un tiem, kas neskenē, ir pārliecinošākais rādītājs, ko jūs varat uzrādīt otrajā gadā, un tas ir instruments ar vislielāko izaugsmes potenciālu. To nevar aprēķināt retrospektīvi.

Un ja pēc šī raksta jūs izdarīsiet tikai vienu lietu: pajautāriet savā uzņēmumā, kāds bija pēdējais rēķins no etiķešu piegādātāja, un sadaliet summu ar vienību skaitu. Šis viens skaitlis ir sākums jebkurai nopietnai diskusijai par digitālo produktu pasi. Lielākajai daļai zīmolu, ar kuriem es runāju, šis skaitlis ir augstāks, nekā vadība būtu domājusi.

Pielikums: Visu pieņēmumu pārskats

Katrs skaitlis šajā dokumentā ir vai nu viena no šīm pieņēmumiem, vai arī tiek aprēķināts, pamatojoties uz tiem. Es apzināti esmu atturējies no tā, lai kaut kur norādītu vērtību, kas nebūtu pārbaudāma, un šaubu gadījumā esmu izvēlējis piesardzīgāko variantu.

Pieņēmums	Vērtība	Raksturs
Gada pārdošanas apjoms	250'000 vienības	Modeļu klāsts
Preču krāsu kombinācijas (= atbilstību skaits)	1'200	Modeļu klāsts
Fiziskā marķēšana pašlaik	0,500 € par vienību	nozārē pieņemtie nosacījumi
Fiziskā marķēšana ar produkta pasi	0,200 € par vienību	modelis

Pieņēmums	Vērtība	Raksturs
Prognozētie ietaupījumi (reālistisks scenārijs)	0,300 € par vienību	abu vērtību starpība
Tiešsaistes pasūtījumi	100 000 gadā	atbilst 40 % D2C daļai
Tiešsaistes atgriešanas rādītājs	42 %	nozarei raksturīgs
Pilnās izmaksas par vienu atgriešanu	11,00 €	tipiska nozarei
Prognozētais atgriešanu skaita samazinājums	1,0 procentpunkts	apzināti konservatīvs
QR skenēšanas rādītājs	12 %	vidējais rādītājs, ja ir skaidrs priekšrocību solījums
Aptaujas dalības rādītājs	25 % no skenējumiem	pieredzes rādītājs ar priekšrocību piedāvājumu
Krustpārdošanas konversija uz vienu skenējumu	3 %	konservatīvs
Groza vērtība un seguma peļņas rādītājs	65 € un 45 %	modeļa pieņēmumi
Potencionālo klientu salīdzināšanas rādītājs (CPL)	6,00 €	Modes nozares diapazons no 4 līdz 12 €
Platformas izmaksas ieviešanas posmā (Large tariffs)	apm. 18 500 € gadā	Cenrādis 2026. gada augustā
Kopējās ieviešanas izmaksas 1. gadā	25 000 līdz 40 000 €	Aplēstais diapazons
Pastāvīgās izmaksas no 2. gada	18 000 līdz 25 000 €	Aplēstais diapazons

Visi rādītāji ir norādīti tikai ilustratīvā nolūkā un neaizstāj uzņēmumam individuāli veikto aprēķinu. Aprēķins ir veidots tā, lai jūs varētu pieņēmumu vietā ievadīt savus faktiskos rādītājus. Norādes par pieļaujamo etiķešu samazinājuma apjomu nav juridiska konsultācija, un tās katrā konkrētajā gadījumā ir jāpārbauda atsevišķi.

Excel aprēķinu tabulu, kas pievienota šim dokumentam un kurā katru pieņēmumu var aizstāt ar savu skaitli, varat atrast [mūsu tīmekļa vietnē, kas veltīta tekstilizstrādājumu produktu pasēm](#).

Par autoru

Ginters Reichelt, uzņēmuma „Transpareo“ dibinātājs un stratēģis jau 19 gadus, valdes priekšsēdētājs, tekstilrūpniecības inženieris, jau vairāk nekā 50 gadus aizrautīgs daudznozaru uzņēmējs. Cūga, Šveice.

Ja jums ir ierosinājumi par izmaiņām, papildinājumi vai citas piezīmes par atsevišķām aprēķina pozīcijām, es ar prieku gaidīšu jūsu atsauksmes. Es uzskatu, ka šie jautājumi ir ārkārtīgi svarīgi, un labprāt veltīšu tiem laiku.

Par „Transpareo“

Šveices uzņēmums „Transpareo AG”, kura galvenais birojs atrodas „Tech Cluster Zug”, piedāvā pašapkalpošanās portālu, kas ļauj izveidot, pārvaldīt un publicēt digitālos produktu pasēs uzņēmumiem no visām nozarēm un jebkura lieluma 40 valodās. Lietotāja saskarne „Transpareo Time Machine” ir atvērta koda.

Jau šodien portāls pilnībā atbilst ES ekodizaina regulas prasībām attiecībā uz digitālajām produktu pasēm, kā arī saskaņotajiem standartiem, kas minēti 2026. gada 15. jūlija Īstenošanas lēmumā (ES) 2026/1736. Datus jau tagad var ievadīt, un digitālās produktu pasēs jau tagad var izmantot.

- **Kontakti medijiem:** Günter Reichelt, valdes priekšsēdētājs, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Reģistrācijas adrese:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Šveice
- **DPP portāls:** transpareo.com

Transpareo® un Transpareo Time Machine® ir Transpareo AG reģistrētas preču zīmes. Autortiesības 2026 Transpareo AG.

Autortiesības 2026 Transpareo AG, Cuga, Šveice – transpareo.com