

Pasaporta dixhitale e produktit tashmë po jep fitime.

Pse markat e modës nuk duhet të presin deri në vitin 2029 për të filluar përpilimin dhe botimin e pasaportave të produkteve, dhe çfarë do të thotë kjo në euro.

- **Tema:** Kostë-efikasiteti dhe përfitimet e marketingut të pasaportave dixhitale të produkteve përpara kërkesës së detyrueshme të BE-së
- **Për kë:** Drejtuesit, marketingu, menaxhimi i produkteve, prokurimi, qëndrueshmëria dhe departamentet e IT-së në kompanitë e veshjeve dhe tekstilit
- **Përfshin:** Model llogaritjeje me supozime të zbuluara, hartë të të dhënave, model fazash, plan 90-ditor
- **Datë:** Shtator 2026
- **Llogaritës Excel:** I disponueshëm për të futur të dhënat tuaja dhe për të krijuar llogaritje të personalizuar
- **Shënim:** Llogaritja shembull është vetëm për udhëzime. Kjo nuk përbën këshilla ligjore, tatimore ose investimi.

Figurë kyçe	Vlerë
Etiketimi për njësi sot	€0.50
Etiketimi për njësi me pasaportë dixhitale produkti	€0.20
Kursim vjetor	€110,790

Llogaritje model për një markë me shitje vjetore prej 250,000 njësish. Të gjitha supozimet janë paraqitur në Kapitullin 3 dhe në Shtojcë dhe mund të zëvendësohen me shifrat tuaja.

Günter Reichelt, inxhinier tekstili, sipërmarrës i pasionuar, Kryetar i Bordit të Drejtorëve në Transpareo. Gusht/Shtator 2026.

Contents

Pse nuk duhet të prisni	4
Ajo që do të doja t'ju tregoja në këtë punim	4
Fatura në një faqe	5
Çfarë më bindte më shumë	6
1) Sfond: Kërkesa pritet të hyjë në fuqi në vitin 2029, ndërsa përfitimet do të ndihen menjëherë.	6
1.1) Orari, siç është përcaktuar nga vetë Komisioni	6
1.2) Mundësia e të dhënave pas detyrimit	7
1.3) Kostoja e pritjes	8
2) Cilat të dhëna keni tashmë sot	8
2.1) Identifikimi i produktit dhe veçoritë kryesore	9
2.2) Materialet, fjetet dhe klasat	9
2.3) Kujdesi, veshja, riparimet	10
2.4) Origjina, prodhimi dhe zinxhiri i furnizimit	11
2.5) Certifikatat, përputhshmëria, qëndrueshmëria	11
2.6) Informacioni komercial: aspekti i nënvlerësuar	12
3) Përfitimet ekonomike të tranzicionit	13
3.1) Kompania model	13
3.2) Etiketimi fizik sot	13
3.3) Etiketimi fizik me pasaportën e produktit	14
3.4) Tre skenarë	15
3.5) Çfarë do të ndodhë me etiketimin e tekstit?	15
3.6) Kostot e proceseve të tërthorta dhe kostot pasuese	16
3.7) Kthimet: leva më e madhe	16
3.8) Fatura totale, duke përfshirë kostot e platformës	17
3.9) Nëse kryeni më shumë se dy mbledhje në vit	18
4) Si ndihmon pasaporta e produktit në marketing	19
4.1) Pika e vetme e kontaktit me gamë të plotë	19
4.2) Paketat dhe shitja kryqëzuese	20
4.3) Ngjarje, Komunitet, Përvoja e Markës	20
4.4) Gjeneratori i plumbit	21
4.5) Mbrojtja e markës tregtare dhe e të drejtave të autorit	22
4.6) Tregu dytësor dhe ruajtja e vlerës	23
4.7) Shumëgjueshmëria dhe aksesueshmëria	23
5) Si do të përfitojë organizata juaj	24
5.1) Thjesht filloni me atë që keni në dorë	24
5.2) Importimi dhe integrimi i të dhënave, dhe pse drejtimi ka rëndësi	25
5.3) Grumbulli i të dhënave si një vlerë në vetvete	25
5.4) Treguesit kryesorë të performancës që duhet t'i filloni të matni që nga dita e parë	26
6) Nga pasaporta e produktit në regjistrin e BE-së: një formalitet i thjeshtë	27
6.1) Çfarë bën në të vërtetë regjistri	27

6.2) Katër kundërshtimet që dëgjoj më shpesh	28
6.3) Rreziqet, të identifikuara qartë	28
6.4) Zgjedhja e një ofruesi	29
7) 90 ditët e para	29
7.1) Tre gjëra që do të doja t'i ndaj me ty	30
Shtojca: Një përmbledhje e të gjitha supozimeve	31
Rreth autorit	32
Rreth Transpareo	32

Pse nuk duhet të prisni

Kam themeluar biznese për më shumë se pesëdhjetë e shtatë vjet, disa prej tyre në industrinë tekstile dhe të modës. Si inxhinier tekstili – edhe pse kjo ishte shumë kohë më parë – dhe me një gamë të gjerë përvojash të tjera sipërmarrëse, e di saktësisht sa kushton përcaktimi i materialeve dhe finalizimi i etiketave të kujdesit. Prandaj po shkruaj këtë artikull si një sipërmarrës i pasionuar dhe si dikush që e di ndikimin që ka një shirit satine me një etiketë kujdesi me katër shtresa në llogaritjen e kostos.

Sfondi është mirë i njohur. Në prezantimin e saj DG GROW më 27 maj 2026, Komisioni Evropian njoftoi se akti i deleguar për tekstilet do të hynte në fuqi në tremujorin e tretë ose të katërt të vitit 2027, dhe se pasaporta e produktit do të bëhej e detyrueshme në vitin 2029. Jam i njohur me reagimet e zakonshme ndaj kësaj nga shumë diskutime: prisni e shikoni, mbani një sy mbi zhvillimet dhe vendoseni përsëri në agjendë pas dy vjetësh.

Mendoj se kjo është një gabim – dhe jo një i vogël.

Përfitimet dhe kosto-efikasiteti i pasaportës së produktit nuk varen nga detyrimi i saj. Ato varen nga fakti që keni të dhëna për produktin, të cilat aktualisht i printoni mbi tekstil me kosto të lartë, i përktheni me kosto të konsiderueshme, i hidhni kur stoku mbaron, dhe që askush nuk i lexon sepse shtypi është shumë i vogël. Këto kosto lindin çdo ditë që prisni. Pa përmendur përfitimet e marketingut.

Ajo që do të doja t'ju tregoja në këtë punim

Së pari: të dhënat kanë qenë prej kohësh të disponueshme. Përbërja e materialit, numri i fijeve, llojet e pëlhurave, udhëzimet për kujdes, vendi i prodhimit, madhësia, ngjyra dhe sugjerimet për stil janë të gjitha të ruajtura në PIM-in tuaj, ERP-në tuaj, paketat teknike dhe dosjet e certifikatave. Sipas përvojës sime, rreth tre të katërtat e një pasaporte të vërtetë të dobishme për produktin e modës mund të plotësohen tashmë duke përdorur të dhënat ekzistuese. Nuk keni nevojë të shpikni asgjë. Thjesht duhet t'i bashkoni të gjitha në një vend qendror.

Së dyti: Kjo po ju kushton para të vërteta sot. Në llogarinë e modelit në Kapitullin 3, arrij në një shifër prej 0,50 € për çdo veshje vetëm për etiketa, etiketa varëse, fletë informuese dhe montimin e tyre. Mund të arrihet një kursim realist prej 0,30 €; me 250,000 njësi në vit, kjo përbën 75,000 € çdo vit. Nëse i shtoni kostot e përkthimit, asgjësimin e stokut të mbetur të etiketave, ribetikimin dhe një vlerësim shumë konservator të reduktimit të kthimeve, shifra në letër del €110,790 në vit. Kjo korrespondon me €0.44 për artikull të shitur. Kjo është një llogari modeli. Ju keni shifrat aktuale, dhe ato do të duken më shumë ose më pak të njëjta.

Së treti, dhe kjo është gjëja më e rëndësishme për mua: kodi QR në veshje është kanali i vetëm që vërtet arrin tek secili prej klientëve tuaj. Jo vetëm abonentët e buletinit, jo vetëm blerësit online, por edhe gruaja që bleu fustanin tuaj në një dyqan me shumë marka në Antwerp dhe për të cilën ende nuk dini

asgjë. Në llogarinë time shembullore, kjo përbën 150,000 artikuj në vit që deri tani janë zhdukur pa gjurmë në treg. Për markat më të mëdha, shifra arrin në miliona.

Së katërti: Ngarkimi në regjistrin e BE-së do të jetë thjesht një formalitet kur të vijë koha. Regjistri ka qenë operativ që nga 20 korriku 2026 dhe ruan identifikues dhe metadata; ai nuk ruan vetë pasaportat e produkteve, një pikë që shpesh keqkuptohet. Të dhënat aktuale mbeten me operatorin ekonomik ose ofruesin e tyre të shërbimit. Transpareo i përmbahet plotësisht standardeve të harmonizuara të përmendura në Vendimin Zbatues (BE) 2026/1736, të publikuar në Gazetën Zyrtare më 15 korrik 2026. Kur detyrimi të hyjë në fuqi, do t'ju duhen vetëm disa minuta për ta përmbyshur. Transpareo do ta kryejë këtë automatikisht në emrin tuaj.

Fatura në një faqe

Kompani model: markë veshjesh, shitje vjetore prej 250,000 artikujsh, rreth 1,200 kombinime produkti-ngjyre, shitje në nëntë rajone gjuhësore të BE-së, 40 për qind e shitjeve përmes shitjeve të drejt-përdrejta online. Të gjitha supozimet janë të zbuluara dhe mund të zëvendësohen me shifrat tuaja.

Blok përfitimesh	Efekt vjetor	Lloji
Etiketa, etiketa varëse, fletëpalosje, paketim	€75,000	Kursime në kosto
Përkthim, etiketim i ri, shkatërrim, shërbim	€24,790	Kursime në kosto
Kthime, të llogaritura me vetëm një pikë përqindjeje	11.000 €	Kursime kostosh
Nëntotali i kursimeve të kostove	110.790 €	0,44 € për njësi
Shpenzimet në Vitin 1 (platformë, mbledhje të të dhënave, integrim QR)	-25,000 € deri në -40,000 €	Investim
Efekti neto tashmë në vitin e parë	+71,000 € deri në +86,000 €	
Marzhi i kontributit nga shitjet kryqëzuese përmes pasaportës së produktit	€26,325	Të ardhura shtesë
7,500 klientë potencialë, nga të cilët 4,500 janë më parë klientë anonimë në dyqan	€45,000	Ekuivalent mediatik

Derivimi paraqitet në Kapitujt 3 dhe 4. 'Ekuivalenti i medias' do të thotë: shpenzimi që do t'ju duhej të bënit për të gjeneruar të njëjtin numër të kontakteve të kualifikuara përmes kanaleve të paguara. Ai nuk përfaqëson një hyrje fondesh dhe prandaj shfaqet veçmas.

Çfarë më bindte më shumë

Sinqerisht, nuk ishte paratë e kursyera në etiketa. Kjo është mirë, por financon vetëm projektin. Ishte diçka tjetër që më fitoi.

Produktet janë në zemër të çdo biznesi. Megjithatë, në pothuajse çdo organizatë që njoh, të dhënat që lidhen me këto produkte janë të shpërndara kudo: disa janë në sistemin ERP, disa në fletëllogaritje Excel të mbajtura nga anëtarë të veçantë të stafit, disa në PDF nga furnizuesit, dhe disa në mendjet e dy personave që më në fund do të dalin në pension. Kërkesa për një pasaportë produkti po ju detyron të bashkoni të gjitha këto. Kjo është mundësia që shumë kompani e kanë pritur për vite me radhë, pa e arritur kurrë.

Dhe sapo këto të dhëna të strukturohen dhe të ruhen në një vend, hapen mundësi që më parë thjesht nuk ishin të mundura: mund t'i riktheni në çdo kohë, të plotë ose pjesërisht, për trajnimin e modeleve tuaja të inteligjencës artificiale, për aplikacione të bazuara në agjentë, për prokurim dhe planifikim të prodhimit, dhe për kërkim dhe zhvillim. Të gjitha pa publikuar asnjë token. Më shumë rreth kësaj në seksionin 5.3.

Këshilla ime, në pak fjalë: Filloni me të dhënat që tashmë keni dhe që janë të aksesueshme pa pasur nevojë të bëni kërkesa. Përdorni këto për të botuar katalogët tuaj të parë. Zgjeroni bazën tuaj të të dhënave koleksion pas koleksioni. Kur të bëhet e detyrueshme, do të jeni dy deri në tre vjet përpara të tjerëve, dhe tranzicioni do të ketë më shumë se sa i ka kushtuar gjatë asaj kohe.

1) Sfond: Kërkesa pritet të hyjë në fuqi në vitin 2029, ndërsa përftimet do të ndihen menjëherë.

Rregullorja e Ekodizajnit (BE) 2024/1781 ka hyrë në fuqi që nga korriku 2024. 2026 ishte viti kur infrastruktura u vu në funksion: Në maj u botuan tetë standarde CEN/CENELEC; më 15 korrik, gjashtë prej tyre u cituan si të harmonizuara në Gazetën Zyrtare përmes Vendimit të Zbatimit (BE) 2026/1736, ndërsa përmbajtja e dy standardeve të mbetura është e njohur. Më 20 korrik, Regjistri i BE-së për pasaportat e produkteve hyri në funksion. Ajo që ende mungon janë aktet e deleguara specifike për grupet e produkteve.

1.1) Orari, siç është përcaktuar nga vetë Komisioni

Datë	Ngjarje	Çfarë do të thotë kjo për ju
Nga korriku 2026	Standardet e harmonizuara të përmendura, regjistri i BE-së operativ	Arkitektura teknike është në vend. Ata që fillojnë tani ndërtojnë mbi një themel të fortë.

Datë	Ngjarje	Çfarë do të thotë kjo për ju
Shkurt 2027	Detyrimi i parë për disa grupe bate-rish sipas Rregullores (BE) 2023/1542	Precedenti. Nga ky moment e tutje, pasaporta e produktit bëhet realitet në treg.
T3/T4 2027	Pritet akti i deleguar për tekstilet (DG GROW, 27 maj 2026)	Vetëm atëherë do të dini listën përfundimtare të fushave të detyrueshme. Përmbytja themelore është përcaktuar tashmë.
pritet në 2029	Aplikim i detyrueshëm për tekstilet dhe veshjet	Nga ky moment e tutje, pasaporta e produktit është një parakusht për aksesin në treg. Pa pasaportë, as shitje në BE.
tani deri atëherë	Dy deri në tre vjet	Kjo është dritarja juaj e mundësisë. Ajo do të mbyllet, dhe për të gjithë në të njëjtën kohë.

1.2) Mundësia e të dhënave pas detyrimit

Do të doja të shfrytëzoja këtë mundësi për të ngritur një pikë që është injoruar thuajse plotësisht në diskutim.

Kërkesa për pasaportën e produktit shpesh diskutohet si një barrë rregullatore. Pse të mos e shohim nga një këndvështrim tjetër? Asnjë kompani që kam hasur gjatë pesë dekadave nuk ka nisur vetë një projekt me titullin *'Po i mbledhim të gjitha të dhënat e produkteve tona në një vend'*. Për më tepër, kërkesat kanë ndryshuar me kalimin e kohës. Gjithmonë ka pasur çështje më urgjente. Të dhënat mbetën të shpërndara: specifikimet e materialeve në blerje, udhëzimet për kujdes në menaxhimin e cilësisë, certifikatat në dosjen e përputhshmërisë, tabelat e madhësive në paketën teknike, rekomandimet e stilit në marketing dhe adresat e furnizuesve në kontabilitet.

Produktet janë në zemër të çdo biznesi. Megjithatë, të dhënat e produkteve janë aseti më pak i organizuar që mbajnë shumica e organizatave, pasi menaxhohen në mënyrë të decentralizuar. Pasaporta e Produktit është iniciativa e parë e jashtme prej kohësh që është mjaft e fuqishme për ta ndryshuar këtë, duke shpërblyer njëkohësisht përpjekjen e bërë, pasi rezultatet sjellin përfitime të menjëhershme ekonomike dhe marketingu.

Nga të dhënat e strukturuar të produkteve, të disponueshme në mënyrë qendrore, është e mundur të nxirren analiza dhe të merren masa që më parë ishin thjesht të papërfytyrueshme, sepse askush nuk mund t'i shihte të dhënat në tërësi me një vështrim të vetëm. Cila cilësi fije rezultojnë në më pak ankesa gjatë tre stinëve? Cili furnizues ngjyrosjeje ofron vlerat më të qëndrueshme të ngjyrës? Cila kombinim pëlhure korrespondon me çfarë shkalle kthimi? Pyetje të këtij lloji nuk mund të përgjigjen duke përdorur pesë skedarë Excel nga katër departamente të ndryshme.

1.3) Kostoja e pritjes

Aspekti	Fillon sot	Fillon jo më herët se 2028/2029
Mbledhja e të dhënave	Gradualisht, në përputhje me ciklin e mbledhjes, si pjesë e operacioneve të përditshme	Projekt nën presion kohor; mbështetja e jashtme do të jetë e pakët dhe e shtrenjtë në vitin 2028, pasi të gjithë do të fillojnë në të njëjtën kohë
Furnizuesit	Dorëzimi i të dhënave do të negociohet në kuadrat kontraktuale gjatë disa cikleve porosish	Rinegociimi me të gjithë furnizuesit njëkohësisht, pa kohë dhe pa ndikim
Kostot e etiketimit	do të bien nga mbledhja e ardhshme e tutje	do të vazhdojnë të pandryshuara; në skenarin model, rreth 225,000 € gjatë tre vjetëve
Marketingu	do të hyjë në fuqi nga koleksioni i parë i botuar	do të anashkalohej plotësisht derisa kërkesa të hyjë në fuqi
Integrimi i QR-së	do të zbatohet si pjesë e ndryshimit të etiketës që do të bëhej gjithsesi; kosto marginale afër zeros	ndryshim i veçantë, ndoshta duke përfshirë ribërjen e etiketimit të stokut
Konkurrenca	Lider në përmbajtje, të dhëna të klientëve dhe cilësi të të dhënave	Një barazim. Një kërkesë që plotëson çdo kush nuk është më një pikë shitjeje

Ky pikë i fundit është i rëndësishëm për mua. Që nga momenti kur pasaporta e produktit bëhet e detyrueshme, të gjithë do të kenë një. Pastaj thjesht do të jetë një kërkesë standarde që të gjithë e përmbushin. Avantazhi konkurrues ekziston vetëm brenda dritares së mundësisë që aktualisht është e hapur.

2) Cilat të dhëna keni tashmë sot

Para se të filloni të mendoni për sisteme, duhet të bëni një rishikim të situatës suaj aktuale. Përmbledhjet e mëposhtme tregojnë se çfarë zakonisht është tashmë e disponueshme në kompanitë e veshjeve, shpesh të shpërndara në PIM, ERP, paketat teknike, raportet e laboratorit, dosjet e certifikatave, specifikimet e furnizuesve dhe dyqanin online. Shumica e këtyre tashmë duhet të sigurohen në formë të shtypur për produktin.

Ju rekomandoj të përdorni këto tabela si një model pune dhe të shtoni një kolonë të tretë për të treguar se kush është përgjegjës për mirëmbajtjen e secilit fushë. Në fund të fundit, kjo pyetje është më e vështirë për t'u përgjigjur sesa pyetja se ku ndodhet fusha.

2.1) Identifikimi i produktit dhe veçoritë kryesore

Fusha e të dhënave	Burim tipik	Në produkt sot?
Numri i artikullit dhe i stilit, kodi i ngjyrës, SKU	ERP / PIM	Etiketa varëse, etiketa
GTIN / EAN, numër serial ose numër serie	ERP / Të dhëna kryesore	barkodi në etiketën varëse
Koleksion, sezon, periudhë dorëzimi	Planifikimi i koleksionit	jo
Emri i produktit, përshkrim i shkurtër	PIM / Dyqan online	ndonjëherë
Madhësia dhe sistemi i matjes (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / Tabela e madhësive	Etiketa e madhësisë
Ngjyra, emri i ngjyrës, numri i ngjyrës, seria e bojës	ERP / Specifikimi i furnizuesit	Etiketa
Përshtatja dhe prerja (Standard, Ingushtë, I madh)	Paketa teknike / Dyqan online	jo
Udhëzuesi i madhësive (gji, bel, gjatësi, mëngë)	Paketa teknike / Raporti i mostrës	jo
Matjet e modelit ('Modeli është 1.78 m i gjatë dhe vesh madhësinë M')	Raporti i fotosesionit	jo
Pesha e produktit	Të dhënat kryesore të dërgesës	jo

2.2) Materialet, fjetet dhe klasat

Fusha e të dhënave	Burim tipik	Aktualisht në produkt?
Përbërja e fibrës si përqindje sipas komponentit	Specifikimi i furnizuesit / laboratorit	Etiketë e detyrueshme
Numri i fijeve (Nm, Ne, dtex), kthesë, lloji i fijeve	Paketë teknike / fabrikë thurjeje	jo
Lloji i thurjes ose trikotimit (jersey, tvil, interlok, poplin)	Paketë teknike	jo
Pesha për njësi sipërfaqeje në g/m ² , dendësia e fijeve	Fletë e të dhënave të materialit	jo

Fusha e të dhënave	Burim tipik	Aktualisht në produkt?
Përpunim i fundit (mercerizuar, sanforizuar, hidrofof)	Specifikimi i furnizuesit	ndonjëherë në etiketën varëse
Veshje, veshje të brendshme, mbushje, material mbushës	Lista e materialeve	Etiketë
Pajisje zbukuruese: butona, zinxhirë, lidhëse me fije, aplikacione	Lista e materialeve	jo
Përmbajtje e ricikluar, përqindja e fibrave me bazë biologjike	Deklarata e furnizuesit	ndonjëherë në etiketën varëse
Origjina e fibrës (p.sh. origjinë pambuku)	Dokumentacioni i zinxhirit të furnizimit	rrallë
Klasat e bojërave dhe kimikateve, përputhshmëria me RSL	Raporti i testit / laborator	jo
Vlerat e tkurrjes, qëndrueshmëria ndaj fërkimit, shkalla e krijimit të topthave, qëndrueshmëria ndaj dritës	Raporti i testit	jo

2.3) Kujdesi, veshja, riparimet

Fusha e të dhënave	Burim tipik	Aktualisht në produkt?
Simbolet e kujdesit sipas GINETEX / ISO 3758	Etiketimi i kujdesit	Etiketë e detyrueshme
Udhëzime për kujdes në tekst të thjeshtë, shumëgjuhësh	Menaxhimi i cilësisë	Etiketë / broshurë
Rekomandime të detajuara për larje (detergent, madhësia e ngarkesës, temperatura e ujit)	Menaxhimi i cilësisë	rrallë
Udhëzime për tharje, hekurosje dhe pastrim kimik	Etiketimi i kujdesit	Etiketë
Informacion mbi çlirimin e ngjyrave, formimin e topthave dhe tkurrjen	Raporti i testit	në disa raste
Rekomandime për veshje, raste dhe përshtatshmëri sezonale	Marketing / Dyqan online	jo
Udhëzime për veshje dhe lidhje (fustan i mbështjellë, kravatë, shall)	Marketing / Video	jo
Udhëzime për riparim, udhëzues për qepje dhe mbushje	Menaxhimi i Cilësisë	jo

Fusha e të dhënave	Burim tipik	Aktualisht në produkt?
Pjesë këmbimi: buton rezervë, fije rezervë, tërheqës zinxhiri	Lista e pjesëve / Shërbimi	përfshirë
Kushtet e garancisë dhe të ankesave	Departamenti Ligjor / Kushtet e Përdorimit	rrallë

2.4) Origjina, prodhimi dhe zinxhiri i furnizimit

Fusha e të dhënave	Burim tipik	Aktualisht në produkt?
Vendi i prodhimit ('Bërë në ...')	Provë e origjinës / doganë	E detyrueshme
Prodhuesi i veshjes, adresa e fabrikës (Niveli 1)	Raporte blerjeje / auditi	jo
Objektet e endjes, trikotimit, ngjyrosjes dhe përpunimit të mëtejshëm (Niveli 2/3)	Hartëzimi i furnizuesve	jo
Auditimet sociale dhe mjedisore të objektit të prodhimit	Përputhshmëria / amfori BSCI, SA8000	jo
Identiteti i prodhuesit dhe adresa e kontaktit në BE (GPSR)	Departamenti ligjor	Informacion i detyrueshëm
Importuesi dhe distributori	Dogana / Të dhëna kryesore	Pjesërisht
Data e prodhimit dhe seria e prodhimit	ERP / Të dhëna të porosisë	Rrallë

2.5) Certifikatat, përputhshmëria, qëndrueshmëria

Fusha e të dhënave	Burimi tipik	Aktualisht në produkt?
OEKO-TEX STANDARD 100, numri i certifikatës dhe periudha e vlefshmërisë	Dosja e certifikatës	Etiketa varëse
GOTS, OCS, GRS, RCS duke përfshirë certifikatat e transaksionit	Dosja e certifikatave	Etiketa varëse
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Dosja e certifikatave	Etiketa varëse
Deklaratat e përputhshmërisë REACH dhe POP	Përputhshmëria	jo

Fusha e të dhënave	Burimi tipik	Aktualisht në produkt?
Standardet e sigurisë (p.sh. EN 14682 – kordone në veshjet e fëmijëve)	Menaxhimi i cilësisë	jo
Etiketat paralajmëruese (ndezshmëri, pjesë të vogla, alergjenë)	Menaxhimi i cilësisë	Etiketë
CO ₂ e, treguesit e performancës së ujit ose energjisë, kur mblidhen	Raporti i qëndrueshmërisë / LCA	jo
Udhëzime për kthim, riciklim dhe asgjësim	Qëndrueshmëri / Kthim	rrallë
Programi i markës për mallra të përdorura dhe shitje përsëri	Marketing	jo

2.6) Informacioni komercial: aspekti i nënvlerësuar

Kjo kategori është krejtësisht e parëndësishme nga këndvështrimi rregullator. Nga ana ekonomike, ajo është më e vlefshme. Ajo tashmë ekziston në tërësi brenda organizatës suaj – në dyqanin online, në lookbook dhe në kalendarin e marketingut – por deri më sot nuk është shfrytëzuar fare në produktin fizik, pasi thjesht nuk ka vend për të në etiketën varëse.

Informacion	I disponueshëm si
Kombinime të rekomanduara: bluzat, pantallonat, këpucët, aksesoret që përputhen	Lookbook, udhëzues stili, logjika e rekomandimit të dyqanit
Veshja e plotë nga xhirimi i fushatës	Regjistri i xhirimit, asetet e fushatës
Video të produktit, pamje 360–gradëshe, pamje të afërta	Bazë të dhënash mediatike
Historia e markës, deklarata e dizajnerit, tema e koleksionit	Briefing i koleksionit, material PR
Ngjyra dhe madhësi shtesë të disponueshme për të njëjtin stil	PIM / Dyqan
Lidhje për porosi dhe furnizim të ri, lista e dëshirave	Sistemi i dyqanit
Gjetës i dyqaneve, orari i punës, terminet e konsultimit për stilim	Të dhënat kryesore të shitjes me pakicë
Ngjarje: ngjarje në dyqan, shitje mostrash, kafene riparimi, shfaqje	Kalendar marketingu
Program besnikërie, buletin, akses në komunitet	CRM
Rishikime nga klientët dhe përmbajtje e gjeneruar nga përdoruesit	Dyqan / Rrjete sociale

Nëse po pyesni veten nga të filloni, filloni me këtë tabelë. Është e vetmja për të cilën nuk do t'ju duhet të kontaktoni asnjë furnizues.

3) Përfitimet ekonomike të tranzicionit

Tani te pyetja kryesore: çfarë kursimesh mund të realizohen nëse hiqen mbartësit tradicionalë të informacionit dhe, në thelb, në veshje mbetet vetëm një kod QR? Kam strukturuar qëllimisht llogaritjen në mënyrë konservative dhe plotësisht transparente, në mënyrë që të mund të aplikoni kushtet tuaja të blerjes. Çdo shifër në tabelat më poshtë është ose një supozim i deklaruar, ose rrjedh nga rreshtat e mëparshëm.

3.1) Kompania model

Parametri	Supozimi
Shitjet vjetore	250,000 veshje
Gama e produkteve	rreth 350 stile, rreth 1,200 kombinime artikulli-ngjyre
Koleksionet	2 koleksione kryesore plus 2 koleksione pasuese në vit
Tregjet	Gjermania, Austria dhe Zvicra (DACH) plus gjashtë vende të tjera të BE-së; nëntë gjuhë në etiketën e kujdesit
Shpërndarja	60% fizike (shitje me pakicë dhe shumicë), 40% D2C online
Porosi online	rreth 100,000 linja porosish në vit
Vlera mesatare e shportës	65 € neto, norma e marzhit të kontributit 45%

Nëse kompania juaj operon me një cikël prej gjashtë, tetë ose dymbëdhjetë botimesh në vit – siç bëjnë tani shumë marka – atëherë të gjitha shifrat më poshtë përmirësohen ndjeshëm, sepse tirazhet e shtypit janë më të vogla, shkallët e mbeturinave janë më të larta dhe ciklet e përkthimit janë më të shpeshta. Në këtë aspekt, llogaritja e modelit përfaqëson skenarin më të keq. Shihni seksionin 3.9 për detaje të mëtejshme.

3.2) Etiketimi fizik sot

Kjo përfshin materialet, shtypjen, përfundimin dhe kohën proporcionale të punës së nevojshme për aplikim. Shifrat pasqyrojnë kushtet standarde në segmentin me çmim të mesëm për tirazhe mesatare.

Artikull	për artikull	për 250.000 artikuj
Etiketa të markës dhe për qafën, të endura	€0.045	€11,250
Etiketa për madhësi	€0.010	€2,500
Etiketë për kujdesin dhe përbërjen, në nëntë gjuhë, me shumë shtresa	€0.065	€16,250
Etiketë shtesë: origjina, certifikatat, paralajmërimet	€0.020	€5,000
Etiketë varëse kryesore, dypalëshe, e përfunduar	€0.110	€27,500
Etiketë varëse e dytë: qëndrueshmëri dhe historia e markës	€0.060	€15,000
Litar, vulë, fije sigurie	€0.030	€7,500
Futje dhe broshurë për kujdesin dhe riparimin	€0.070	€17,500
Asambleja dhe montimi (koha e punës pro-rata)	€0.090	€22,500
Totali deri më tani	€0.500	€125,000

3.3) Etiketimi fizik me pasaportën e produktit

Nuk po hiqet gjithçka, dhe nuk po pretendoj se po hiqet. Etiketa e endur e markës mbetet; ajo është pjesë e identitetit të markës, jo një burim informacioni. Etiketa e madhësisë mbetet, sepse përndryshe askush në dyqan nuk do të mund të rendiste stokun. Etiketa e kujdesit dhe përbërjes gjithashtu do të mbetet, por do të thjeshtohet ndjeshëm: simbole, detaje të shkurtra dhe një kod QR në një shtresë të vetme, në vend të nëntë versioneve gjuhësore me font 4–point në katër shtresa.

Artikull	për artikull	për 250,000 artikuj
Etiketa të markës dhe qafës, të endura (pa ndryshim)	€0.045	€11,250
Etiketë madhësie (pa ndryshim)	€0.010	€2,500
Etiketë kujdesi e reduktuar: simbole, udhëzime të shkurtra, njëstreshë	€0.035	€8,750
Kodi QR, i integruar në shtypjen ekzistuese të etiketës	€0.005	€1,250
Një etiketë varëse shitjeje e hollë me çmim dhe kod QR	€0.055	€13,750
Ambalazh, i reduktuar	€0.050	€12,500
Totali duke përfshirë pasaportën e produktit	**€0.200	** €50,000

3.4) Tre skenarë

Skenar	Çfarë përjashtohet	për artikull	p.a.
Konservatore	Hiqet etiketa e dytë, broshura dhe etiketa shtesë; kostot e paketimit bien pak; shtohet kodi QR	€0.160	€40,000
Realistike (Tavolina 3.2 vs 3.3)	konsolidim shtesë në një etiketë varëse të hollë dhe një etiketë kujdesi me një shtresë	€0.300	€75,000
Ambicioz	lejohet edhe etiketimi dixhital i tekstilit: hiqet etiketa e kujdesit, etiketa varëse bëhet vetëm etiketë çmimi	€0.360	€90,000

Llogaritje konservatore: $0.060 + 0.070 + 0.020 + 0.015$ (ambalazh) - 0.005 (QR) = 0.160 €. Realistike: $0.500 - 0.200 = 0.300$ €. Ambicioze: $0.300 + 0.035$ (etiketa e kujdesit) + 0.025 (etiketa varëse) = 0.360 €.

Për të gjitha llogaritjet e mëtejshme, do të përdor në mënyrë të qëndrueshme skenarin realist: $0,30$ € për njësi, 75.000 € në vit.

3.5) Çfarë do të ndodhë me etiketimin e tekstilit?

Këtu kërkohet kujdes, prandaj do ta them qartë. Sipas gjendjes aktuale, Rregullorja për Etiketimin e Tekstilit (BE) Nr. 1007/2011 vazhdon të kërkojë që përbërja e fibrave të tregohet fizikisht në ose brenda produktit. Në mënyrë të ngjashme, informacioni i prodhuesve i kërkuar sipas Rregullores së Përgjithshme për Sigurinë e Produkteve (GPSR) dhe paralajmërimet lidhur me sigurinë nuk mund të zëvendësohen aktualisht vetëm me mjete digjitale.

Kjo është pikërisht arsyeja pse skenari realist është llogaritur kështu: ai zëvendëson vetëm mjetet vullnetare për ofrimin e informacionit - konkretisht etiketat varëse, insertet, etiketat shtesë dhe përmbajtjen shumëgjuhëshe përtej kërkesave të detyrueshme. Ai funksionon brenda kornizës ligjore aktuale pa nevojën për të ndryshuar asnjë rregullore.

Megjithatë, qëndrimi im mbi drejtimin ku po shkon kjo është i qartë: informacioni i kërkuar sipas Rregullores për Etiketimin e Tekstilit me shumë gjasa do të duhet të përfshihet dhe të bëhet i dukshëm në pasaportën e produktit për modë dhe tekstile gjithësesi. Nëse e njëjta informacion kërkohet të jetë i disponueshëm në formë digjitale, është e vështirë të justifikohet etiketimi fizik shtesë për arsye praktike, pasi ai sjell kosto për etiketa, materiale, punë dhe burime pa ofruar asnjë informacion shtesë. Po diskutohet një rishikim i Rregullores për Etiketimin e Tekstilit në lidhje me pasaportën e produktit. Ende nuk është vendosur, dhe prandaj skenari ambicioz i përshkruar në seksionin 3.4 identifikohet shprehimisht si një opsion i ardhshëm dhe nuk është përfshirë në llogaritjet e përgjithshme.

Kushdo që tashmë ruan të dhënat e plota në pasaportën e produktit nuk do të ketë nevojë të bëjë asgjë kur të ndodhë një ndryshim i tillë, përveçse të porosisë një etiketë më të vogël. Kushdo që nuk i ruan të

dhënat do të duhet të nisë nga e para.

3.6) Kostot e proceseve të tërthorta dhe kostot pasuese

Çmimi njësi i etiketës është vetëm maja e ajsbergut. Shpenzimet e procesit të lidhura, në shumë organizata, janë më të larta se kostoja e materialit vetë dhe nuk shfaqen si një zë i vetëm në asnjë qendër kosto. Rastësisht, kjo është arsyeja pse ky kursim i mundshëm nënvlerësohet rregullisht në kontabilitetin menaxherial.

Kategoria e kostos	kostoja aktuale vjetore	Ulje	Kursime
Përkthimi, korrigjimi dhe formatimi i teksteve të etiketave (9 gjuhë, 4 lansime të koleksioneve)	€14,000	70%	€9,800
Rishpallje dhe riblerje etiketash në rast të gabimeve në tekst ose ndryshimeve në gamën e produkteve (3,500 artikuj x 0,90 €)	3,150 €	80%	2,520 €
Shlyerja e stokut të mbetur të etiketave dhe kartelave varëse gjatë ndryshimit të koleksioneve (8 për qind e buxhetit për etiketa)	€10,000	60 për qind	€6,000
Magazinin, përzgjedhje dhe trajtim i varianteve të etiketave	€6,000	50%	€3,000
Tarifat e licencës për paketim dhe letër (EPR, afërsisht 4 g karton për artikull)	€400	80%	€320
Pyetje nga shërbimi ndaj klientit në lidhje me kujdesin, madhësinë dhe materialin (3,000 kërkesa x €3.50)	€10,500	30%	€3,150
Totali	€44,050		€24,790

Pika që e konsideroj më të rëndësishme është: fleksibiliteti. Një etiketë e printuar është e gdhendur në gur. Nëse një udhëzim për kujdes duhet të korrigjohet me prapaveprim, një certifikatë skadon, ose një kombinim i rekomanduar bëhet i parëndësishëm sepse artikulli përkatës është shitur: sapo të printohet, nuk ka kthim mbrapa. Një pasaportë produkti mund të përditësohet në mënyrë qendrore në çdo kohë, dhe kjo vlen për të gjitha mallrat që aktualisht janë në treg, përfshirë edhe artikujt e shitur dy vjet më parë. Kjo është një ndryshim cilësor dhe për këtë arsye është e vështirë ta pasqyrosh në tabelën më sipër. Çdokush që ka organizuar ndonjëherë një tërheqje produkti për shkak të një simboli të pasaktë të kujdesit do ta dijë saktësisht për çfarë po flas.

3.7) Kthimet: leva më e madhe

Kthimet janë faktori kryesor që ndikon në kosto në sektorin online të modës. Një pjesë e konsiderueshme e tyre i atribuohet problemeve me përshtatjen dhe mospërputhjeve midis produktit dhe pritshmërive të klientit, si dhe pasigurisë në lidhje me materialet dhe udhëzimet për kujdes. Kjo është pikë-

risht arsyeja pse pasaporta e produktit hyn në lojë: tabela të plota përmasash për çdo madhësi, informacione mbi sjelljen e materialeve, shkallët e tkurrjes, karakteristikat e konsumit, matjet e modelit dhe videot. Këto informacione janë të disponueshme si para blerjes përmes skanimit në dyqan, ashtu edhe pas blerjes në shtëpi.

Parametri	Vlera	Efekti
Porosi online në vit	100,000	
Norma aktuale e kthimit	42%	42,000 kthime
Kosto totale për kthim (transport, inspektim, rikondicionim, amortizim)	11.00 €	462,000 €
Ulje me 1.0 pikë përqindjeje	-1,000 kthime	11,000 €
Ulje prej 2.0 pikë përqindjeje	-2,000 kthime	€22,000
Ulje prej 3.0 pikë përqindjeje	-3,000 kthime	€33,000

Në llogarinë e përgjithshme, kam supozuar qëllimisht vetëm një pikë përqindjeje. Edhe ky vlerësim shumë konservator jep 11,000 € në vit. Çdo pikë përqindjeje shtesë sjell përsëri të njëjtën shumë. Ky është levë me potencialin më të madh për rritje dhe duhet të matet veçanërisht gjatë fazës pilot. Më shumë rreth kësaj në seksionin 5.4.

3.8) Fatura totale, duke përfshirë kostot e platformës

Zëri	vjet	për njësi
Etiketimi dhe paketimi (skenar realist)	€75,000	€0.300
Kostot indirekte të procesit, përkthimit dhe shërbimit	€24,790	€0.099
Ulje e kthimeve (1 pikë përqindjeje, vlerësim konservator)	€11,000	€0.044
Kursim bruto	€110,790	**€0.443
Kostot në Vitin 1: platformë, mbledhje të dhënash, integrim QR, kohë e brendshme	-25,000 € deri në -40,000 €	
Efekti neto në Vitin 1	+71,000 € deri në +86,000 €	
Kostot nga viti i 2-të e tutje: Platforma dhe mirëmbajtje e vazhdueshme	-18,000 € deri në -25,000 €	
Efekti neto nga viti i 2-të e tutje	+86,000 € deri në +93,000 €	

Kosto transparente të platformës. Çmimet e Transpareo bazohen në numrin e fletëve të të dhënave të produkteve të publikuara; shërbimi mund të anulohet në çdo kohë në baza mujore, dhe të gjitha të dhënat mund të eksportohen plotësisht në çdo kohë. Prandaj nuk ka asnjë angazhim afatgjatë ndaj nesh, gjë që e konsideroj të mirëqenë, por që, fatkeqësisht, nuk është norma në këtë treg.

Plan	Paketat e produktit	CHF në muaj	EUR në muaj
E vogël, për projekte pilot dhe nivel hyrës	deri në 100	139	afërsisht 153
E mesme	deri në 1,000	559	afërsisht 629
E madhe, skenar shembull për 1,200 SKU	deri në 10,000	1,399	rreth 1,539
E pakufizuar	e pakufizuar	3,499	rreth 3,849

Çmimet janë për gusht 2026, me zbritjen aktuale beta, duke përfshirë përkthimin me AI në 40 gjuhë, domenin tuaj, branding, GS1 Digital Link, gjenerimin e klientëve potencialë, analitikë, REST API, si dhe funksionet e importimit dhe eksportimit. Shihni transpareo.com për kushtet dhe rregullat aktuale dhe promovimet në vazhdim.

Për të filluar, kjo do të thotë se skema pilot, që mbulon njëzet deri tridhjetë modele, do t'ju kushtojë midis 139 dhe 199 CHF në muaj. Krahasuar me çdo tjetër pikë në këtë dokument, kjo është një ndryshim nga rumbullakimi; thjesht nuk ka asnjë arsye financiare për të mos filluar menjëherë. Çmimet rriten vetëm kur sistemi zbatohet në të gjithë gamën e produkteve. Në skenarin shembullor me rreth 1,200 kombinime artikulli-ngjyre, kjo korrespondon me tarifën 'Large' prej rreth 18,500 € në vit, dhe kjo përfshihet brenda intervaleve të kostove të përmendura më sipër. Në krahasim me kursimet prej 110,790 €, kjo përbën rreth 17 për qind.

3.9) Nëse kryeni më shumë se dy mbledhje në vit

Shumë marka po rinovojnë dhe zgjerojnë vazhdimisht gamën e produkteve të tyre këto ditë. Kjo vepron si shumëzues kur bëhet fjalë për shifrat – dhe në të dyja drejtimet e argumentit.

Ndërprerja e kostove	2 koleksione plus 2 publikime të mëtejshme	8 deri në 12 publikime në vit
Shtypjet e etiketave	tirazhe mesatare, zbritje të mira vëllimore	tirazhe më të vogla, zbritje më të dobëta vëllimore, rritje të çmimit për njësi
Përkthimi dhe dizajni	4 cikle në vit	8 deri në 12 cikle; kostoja prej 14,000 € dyfishohet lehtësisht
Shlyerja e stokut të tepërt	8 për qind e buxhetit për etiketat	12 deri në 18 për qind bazuar në përvojë, pasi ndryshimet bëhen më shpesh

Ndërprerja e kostove	2 koleksione plus 2 publikime të mëtejshme	8 deri në 12 publikime në vit
Sasi minimale porosie	Rrallë të detyrueshme	Rregullisht të detyrueshme, duke rezultuar në mbi-porzatim sistematik
Koha për në treg	e parashikueshme	kohët e dorëzimit të etiketave bëhen një pikë ngushtuese për dërgesën

Pika e fundit shpesh anashkalohet dhe, në fakt, është më kritike: nëse një dërgesë duhet të presë dorëzimin e etiketës së kujdesit, humb ditë shitjesh. Një pasaportë produkti mund të përditësohet në pak minuta. Rekomandoj që çdo biznes me frekuencë të lartë dërgesash të kryejë llogaritjen e modelit duke përdorur shifrat e tyre. Rezultati zakonisht është dukshëm më i mirë se ai i treguar këtu.

4) Si ndihmon pasaporta e produktit në marketing

Kursimet e kostove financojnë projektin. Vlera strategjike e vërtetë qëndron diku tjetër: pasaporta e produktit transformon një etiketë të detyrueshme në një kanal të përhershëm, specifik për markën, mbi produktin.

4.1) Pika e vetme e kontaktit me gamë të plotë

Çdo kanal tjetër arrin vetëm një grup të përzgjedhur. Buletini arrin te abonentët. Mediat sociale arrijnë te ndjekësit dhe te ata që arrijnë me pagesë. Dyqani arrin te blerësit online. Kodi QR është i bashkëngjitur çdo artikulli të shitur.

Karakteristikë	Kanalet tradicionale	Etiketa e informacionit të produktit mbi vetë produktin
Shtrirja	një nëngrup blerësish	çdo artikull i shitur
Klientët fizikë	zakonisht anonimë	mund të synohen për herë të parë
Kostot e mediave	Vazhdueshme, për kontakt	Asnjë; vetë produkti shërben si medium
Kohëzgjatja e kontaktit	Periudha e fushatës	Gjithë kohëzgjatja e përdorimit, shpesh vite
Nxitësi	Marka	Vetë klienti, duke rezultuar në nivele të larta vëmendjeje
Pronaret e dorës së dytë	Nuk mund të arrihen	Bëhet një kontakt i ri me shitjen e mëtejshme

Pika e dytë është ajo që diskutoj më shpesh me sipërmarrësit e modës. Në një skenar tipik, 60 për qind e stokut shitet në dyqanet fizike. Kjo përbën 150,000 artikuj në vit, të shitur për njerëz për të cilët nuk dini asgjë dhe me të cilët nuk do të keni më asnjë kontakt. Pasaporta e produktit thyen këtë cikël pa nevojën e integritetit të sistemit POS, kartës së besnikërisë apo ndonjë veprimi nga ana e partnerit me pakicë.

4.2) Paketat dhe shitja kryqëzuese

Referenca për artikujt që mund të përzihen dhe kombinohen është një veçori standarde e shërbimit në pasaportën e produktit. Kushdo që skanon kodin në fund të fundit që sapo ka blerë, është pikërisht në situatën ku një rekomandim për një bluzë që i përshtatet është i dobishëm, jo i bezdisshëm. Kjo është ndryshimi krahasuar me çdo reklamë retargeting që shfaqet tre ditë më vonë.

- Pamja e plotë nga xhirimi i fushatës, e disponueshme për t'u porositur menjëherë
- Aksesori që i shkojnë: brez, shall, çantë, këpucë
- Ngjyra dhe madhësi të tjera të të njëjtit stil
- Riaftësimi i të njëjtit artikull – një faktor kryesor, por shpesh i nënvlerësuar, i shitjeve për pjesët e preferuara
- Shtesa sezonale: palltoja e trikotuar perfekte për t'u kombinuar me fustanin tuaj veror në vjeshtë
- Produktet për kujdes: detergjent për lesh, heqës i pëlurës së tepërt, sprej mbrojtës nga uji, butona rezervë

Shitje kryqëzuese, metoda e llogaritjes	Supozim	Rezultat
Kodet QR në dyqan në vit	250,000	
Shkalla e skanimit kur propozimi i qartë i vlerës është i dukshëm	12%	30,000 skanime
Normë konvertimi në një rekomandim kombinimi	3%	900 porosi
Vlera mesatare e shportës	65 €	58.500 € xhiro vjetore
Raporti i marzhit të kontributit	45%	26.325 € marzh kontributi

Normat e skanimit për mallrat e konsumit zakonisht variojnë midis 5 dhe 15 për qind. Ato rriten ndjeshëm nëse etiketa përmend një përfitim të veçantë: *'Këshilla për kujdes, përputhja e stileve dhe garancia juaj e zgjatur'* në vend të një kodi të thjeshtë. Kjo fjali nuk kushton asgjë dhe është masa më efektive që njoh.

4.3) Ngjarje, Komunitet, Përvoja e Markës

Pasaporta e produktit mund të redaktohet dhe përditësohet lirshëm në çdo kohë pa ndryshuar kodin QR. Kjo do të thotë që çdo artikull veshjeje në treg bëhet një kanal për ndarjen e informacionit rreth ngjarjeve aktuale, madje edhe vite pasi të jetë shitur.

- Ftesa për ngjarje në dyqan, shitje me mostra, lansime koleksionesh dhe ekspozita të përkohshme
- Rezervim terminash për konsultime për stilim personal në dyqanin tuaj më të afërt
- Kafene riparimi dhe shërbime riparimi: një demonstrim i fortë i qëndrueshmërisë me vlerë të lartë për mbajtjen e klientëve
- Synim rajonal: vetëm klientët pranë një dyqani shohin ngjarjet e tij
- Periudha shitjesh me akses të hershëm dhe ngjarje komunitare për klientët e regjistruar

4.4) Gjeneratori i plumbit

Me Transpareo Lead Generator, mund të krijoni vetë sa të doni pyetësorë, pa pasur nevojë për një agjenci, dhe t'i lidhni me pasaportën e produktit. Një detaj teknik është thelbësor për efektivitetin e tij: pyetësori hapet automatikisht sapo kodi QR të skanohet. Klienti nuk ka nevojë të kërkojë asgjë apo të klikojë diku. Kushdo që ka provuar ndonjëherë t'i bindë njerëzit të plotësojnë një formular me një klik shtesë, e di sa shumë ndryshon kjo në normën e përgjigjeve.

Mekanizmi në vetvete është i vjetër, dhe funksionon: klienti merr një përfitim të prekshëm në këmbim të dhënies së informacionit dhe pëlqimit të tij.

Përfitim për klientin	Pyetje në pyetësor	Përfitime për ju
Garanci e zgjatur pas regjistrimit të produktit	Data e blerjes, vendi i blerjes, të dhënat e kontaktit	Kontakti i parë dhe transparenca e shitjeve në sektorin me shumicë
Udhëzues stili i personalizuar për artikullin e blerë	Preferencat e stilit, rastet, madhësitë	Segmentimi për fushatat dhe planifikimi i gamës së produkteve
Përfitim ose bonus në blerjen e ardhshme	Email, pëlqim për buletin e lajmeve	Klient i mundshëm i interesuar pa kosto mediatike
Akses i hershëm në koleksionin e ri	Kategoritë e preferuara, gatishmëria për çmim	Tregues i kërkesës para porosisë
Pjesëmarrje në një short apo ngjarje komunitare	Rajoni, dyqani i preferuar	Aktivizim bazuar në vendndodhje
Koment mbi përshtatjen me rekomandime për madhësinë për herën tjetër	Matjet e trupit, vlerësimi i përshtatjes	Burim i drejtpërdrejtë i të dhënave për reduktimin e kthimeve
Kontroll falas i riparimit	Jetëgjatësia, shenjat e konsumit	Të dhëna cilësore nga terreni për zhvillimin e produktit

Rreshti i fundit mbyll rrethin – diçka që pothuajse kurrë nuk ndodh në industrinë e modës. Komentet mbi përshtatjen dhe qëndrueshmërinë zakonisht arrijnë në zhvillimin e produktit vetëm përmes arsyeve të kthimit dhe ankesave – me fjalë të tjera, ato janë të shtrembëruara, me paragjykim negativ dhe të vonu-

ara. Përmes pasaportës së produktit, këto komente vijnë nga përdorues të kënaqur pas muajsh përdorimi të vërtetë. Si inxhinier tekstili, do të kisha dashur të kisha pasur akses në këtë burim të dhënash.

Generimi i klientëve të mundshëm, metoda e llogaritjes	Supozim	Rezultat
Skanime në vit (12% e 250,000)	30,000	
Pjesëmarrje në pyetësin e hapur automatikisht	25%	7,500 kontakte të reja
prej të cilave nga shitja me pakicë fizike, më parë anonime	60 për qind	4,500 kontakte të reja
Figurë krahasuese për kostot e lead-eve në modë	6 € për lead	Ekuivalent mediatik 45,000 €

Vlera e barazisë mediatike nuk përfaqëson një hyrje parash dhe për këtë arsye shfaqet veçmas në llogaritë e konsoliduara. Në terma cilësorë, megjithatë, ndryshimi është edhe më i madh se shuma: një kontakt i marrë nga katalogu i produkteve vjen nga një blerës i verifikuar me një referencë të njohur të produktit.

4.5) Mbrojtja e markës tregtare dhe e të drejtave të autorit

Kjo temë, deri më sot, është diskutuar befasueshëm pak në kontekstin e pasaportës së produktit, megjithatë ajo ka të ngjarë të jetë përfitimi më i madh i vetëm për markat premium dhe luksoze, dhe është e disponueshme menjëherë.

Një pasaportë produkti që, përmes një identifikuesi unik, i referohet një regjistri të dhënash të versionuar dhe të nënshkruar kriptografikisht, i cili mbahet nga marka, përbën provë të origjinës. Blerësi mund të kontrollojë në shfletuesin e tij nëse artikulli është origjinal, nga vjen dhe kur është vendosur në treg. Një falsifikues mund të kopjojë kodin QR, por nuk mund të krijojë një hyrje të vlefshme në bazën tuaj të të dhënave ose të sigurojë një nënshkrim të vlefshëm.

Përdoret për:

- Provë e origjinës për veshje, çanta, orë dore dhe mallra luksoze me cilësi të lartë
- U mundëson autoriteteve të doganës dhe mbikëqyrjes së tregut të verifikojnë autenticitetin pa pasur nevojë të konsultojnë prodhuesin
- Ndërton besimin në tregun e dorës së dytë, ku autenticiteti është pengesa kryesore për blerje
- Numra serialë për çdo artikull individual, në vend që të jenë vetëm për linjën e produktit, aty ku ia vlen
- Aty ku është e mundur nga ana organizative, menaxheri përgjegjës i pikës së shitjes me pakicë mund të përdorë një autorizim në Menaxherin e Aplikacioneve për të futur emrin e blerësit dhe detaje të tjera të blerjes, duke regjistruar kështu këtë informacion në mënyrë të përhershme në pasaportën e produktit

Pres me plotë që, gjatë viteve të ardhshme, teknologjitë NFC dhe RFID që përdorin të njëjtin identifikues të ngulitur në kodin QR të përhapen gjerësisht. Një çip i qepur në fund, që mban të njëjtin identifi-

kues, është dukshëm më i vështirë për t'u falsifikuar se një katror i printuar. Dëshmitë e pronësisë të bazuara në NFT gjithashtu do të përdorin këtë identifikues si pikë referimi. Pika kryesore është kjo: çdo-kush që sot vendos një identifikues të pastër dhe unik për çdo produkt duke përdorur një pasaportë dixhitale produkti është tashmë i përgatitur për të gjitha këto teknologji.

4.6) Tregu dytësor dhe ruajtja e vlerës

Tregu i modës së dorës së dytë po rritet më shpejt se tregu primar. Pasaporta e produktit ka aty një efekt trefishtë:

- **Ruajtja e vlerës.** Një veshje me një histori të plotë, të regjistruar dixhitalisht, të materialeve, origjinës dhe kujdesit të saj, ka çmime më të larta shitjeje sesa një me një etiketë të palexueshme. Kjo ndikon në atë që njerëzit janë të gatshëm të paguajnë kur blejnë të re.
- **Autenticiteti.** Shih seksionin 4.5 për mbrojtjen kundër falsifikimit. Në tregun e dorës së dytë, ky është pika vendimtare e shitjes.
- **Kontakt i ri pa kosto blerjeje.** Pronari i dytë skanon artikullin dhe përfundon tek ju. Një shitje e dorës së dytë, nga e cila ju nuk fitoni asgjë, shndërrohet në një kontakt dhe potencialisht në një klient të ri.

4.7) Shumëgjuhëshmëria dhe aksesueshmëria

Etiketa e kujdesit e shtypur në nëntë gjuhë me shkronja 4–point në katër shtresa shiriti satine është në mënyrë efektive e pakuptueshme për një pjesë të konsiderueshme të popullsisë. Kjo vlen për çdo klient mbi gjashtëdhjetë vjeç, për çdo person me shikim të dëmtuar dhe për çdo person që nuk mund ta lexojë më etiketën pas larjes së tretë.

Një pasaportë produkti është optimizuar për shfaqje në ekran, mund të lexohet nga një lexues ekrani, mund të zmadhohet sipas nevojës dhe ka kontrast të lartë. Kjo plotëson drejtpërdrejt kërkesat e Ligjit Evropian për Aksesueshmërinë.

Kur bëhet fjalë për gjuhën, një faktor tjetër është se vendndodhja gjeografike nuk luan më asnjë rol. Transpareo përkthen të gjitha informacionet e bazës së të dhënave pa kosto shtesë në të gjitha gjuhët evropiane, si dhe në bengali, kinezisht, hindi, indonezisht, japonezisht, koreanisht dhe vietnamasisht – gjithsej 40 gjuhë, duke përfshirë të gjitha 24 gjuhët zyrtare të BE-së. Në Menaxherin e Aplikacionit, çdo përdorues zgjedh gjuhën e tij të punës. Gjuha e shfletuesit shfaqet automatikisht në faqen e kalimit, pa pasur nevojë që klienti të ndryshojë ndonjë cilësim.

Për ju, kjo do të thotë dy gjëra. Një treg shtesë nuk kushton asnjë milimetër më shumë në gjerësinë e etiketës, as nuk sjell asnjë kosto përkthimi. Dhe gjuhët që përdoren në të gjithë zinxhirin e furnizimit janë gjithashtu të mbuluara: punishtja e qepjes në Bangladesh, furnizuesi në Vietnam dhe partneri në Kinë mund të lexojnë specifikimet tuaja në gjuhën e tyre. Në praktikë, kjo është të paktën po aq e vlefshme sa ana e klientit.

5) Si do të përfitojë organizata juaj

Përfitimi që është më i vështirë për t'u saktësuar, por që është më i rëndësishëm në afat të gjatë, qëndron brenda vetë organizatës. Një pasaportë produkti është një produkt i të dhënave, dhe kjo kërkon përgjegjësi të përcaktuara qartë, burime të dhënash të konsoliduara dhe furnizues të integruar. Asgjë nga këto nuk mund të arrihet në afat të shkurtër. Cilësia e të dhënave nuk mund të blihet; ajo duhet të fitohet.

5.1) Thjesht filloni me atë që keni në dorë

Arsyeja më e zakonshme pse projektet që lidhen me pasaportën e produktit nuk fillojnë dot është ideja se duhet të kesh gjithçka gati më parë. Kjo është e gabuar dhe paralizuese. Filloni me të dhënat që tashmë keni dhe mund t'i aksesoni pa pasur nevojë t'i kërkontë askujt – në rast dyshimi, filloni me Seksionin 2.6, për të cilin nuk keni nevojë të kontaktoni askënd. Botoni atë. Pastaj zgjeroni bazën e të dhënave koleksion pas koleksioni.

Për klientin, një udhëzues që përmban udhëzime për kujdesin, detaje të materialeve, një tabelë madhësish dhe sugjerime për stilim është tashmë i vlefshëm. Ai nuk pret të shohë të dhënat e plota të zinxhirit të furnizimit të nivelit të tretë, as nuk do të jetë gjëja e parë që do të shikojë në vitin 2029.

Faza	Korniza kohore	Përmbajtja	Rezultati
1 Fillimi	Mujt 1–2 ose më herët	Përcaktimi i bazës së kostos. Përcaktimi i një game pilot prej 20 deri në 30 modelesh. Mbledhja e të dhënave të disponueshme ekskluzivisht brenda kompanisë: të dhëna për marketingun, materialin, mirëmbajtjen dhe madhësinë. Tarifë e ulët, 139 deri në 199 CHF në muaj.	Grumbullimi i parë i plotë i të dhënave pa asnjë kontakt me furnizues
2 Lansimi	Mujajt 3–5 ose më herët	Dizajnoni paraqitjen dhe propozimin e vlerës. Integroni kodet QR në printimin e etiketave. Përgatitni pyetësin e parë. Filloni aktivitetin.	Pranimi në treg, skanimet e para, kontaktet e para, metrikat e para
3 Shka-llëzim	Mujajt 6–12 ose më herët	Zbatim në të gjithë koleksionin. Vendosje në prodhim të integritetit të Excel dhe ERP. Ulje e numrit të etiketave. Vendosje të treguesve kryesorë të performancës.	Kursime të plota të kostove të realizuara, të dhëna të qëndrueshme të konvertimit
4 Thellimi	Viti 2 deri në 2028	Plotësoni të dhënat e furnizuesve të nivelit 2/3. Zhvilloni fusha për mjedisin, riparimin dhe riciklimin. Përfshini dorëzimin e të dhënave në marrëveshjet kornizë. Vendosni rutina për cilësinë e të dhënave.	Nivel i lartë pjekurie shumë përpara se të bëhet i detyrueshëm

Faza	Korniza kohore	Përmbajtja	Rezultati
5 Regjis- trimi	nga viti 2029	Hartimi i lidhjes me modelin përfundimtar të të dhënave të aktit të deleguar; regjistrimi në regjistrin e BE-së.	Përputhshmëri pa projekt dhe pa presion afati

Ju lutemi vini re se Fazat 1 dhe 2 së bashku nuk zgjasin më shumë se pesë muaj dhe nuk kërkojnë asgjë që është jashtë kontrollit tuaj. Ky është momenti kur shumica e shqetësimeve thjesht zhduken në ajër të hollë.

5.2) Importimi dhe integrimi i të dhënave, dhe pse drejtimi ka rëndësi

Transpareo mund të importojë çdo numër skedarësh Excel; importuesi përshtatet me skedarët tuaj, jo anasjelltas. Nuk kërkohet një PIM i veçantë, por mund të integrohet. Për më tepër, mund të integrohen çdo numër bazash të të dhënave të brendshme dhe të jashtme, përfshirë sistemet ERP.

Sa i përket lidhjes, ekziston një vendim arkitekturor që e konsideroj të rëndësishëm për sigurinë dhe që duhet ta shqyrtoni me kujdes për çdo ofrues që po e konsideroni:

Rrjedha e të dhënave është njëkahëshe, hyrëse. Siti burimor autentikohet me API-në e Furnizuesit të Transpareo dhe dërgon një paketë të dhënash. Transpareo nuk ndërhyr në sistemet e prodhuesve në asnjë pikë dhe nuk kërkon detaje hyrjeje për ERP-në tuaj. Kjo do të thotë se nuk ekziston asnjë rrugë nga platforma jonë drejt sistemeve tuaja. Asnjë akses hyrës, asnjë kredenciale të ruajtura, asnjë lidhje e hapur që mund të komprometohet. Duke ndërtuar një sistem 'push' në vend të një sistemi 'pull', ju përjashtoni një klasë të tërë vektorësh sulmi që në fillim.

Kur krahasoni ofruesit, kjo është një nga pyetjet që do të bëja së pari. Ne kemi hartuar me qëllim një kor-nizë të strukturuar për këtë, e cila është neutrale ndaj ofruesve; shih seksionin 6.4.

5.3) Grumbulli i të dhënave si një vlerë në vetvete

Tani te pika që më intereson më së shumti personalisht dhe që thuajse fare nuk përmendet në diskutim.

Nëse të dhënat e produktit tuaj janë të organizuara në një vend të vetëm, ato i përkasin juve dhe mund t'i riktheni - të plota ose pjesërisht - në çdo kohë: në magazinën tuaj të të dhënave, në mjetet tuaja analitike ose në sistemet tuaja. Me Transpareo, kjo mund të bëhet përmes eksportit në formatet CSV, XLSX, JSON-LD dhe SQL, ose përmes REST API. Dhe kjo është e mundur pavarësisht nëse keni publikuar një listim produkti apo jo. Menjëherë dhe herë pas here.

Kjo hap aplikacione dhe përfitime të mëdha që nuk kanë asgjë të bëjnë me përputhshmërinë:

- **Trajnimi i inteligjencës artificiale me të dhënat tuaja.** Një model gjuhësor që njeh të gjitha materialet tuaja, përcaktimet e cilësisë, logjikën e përshtatshmërisë dhe strukturën e furnizuesve është diçka krejtësisht e ndryshme nga një model me qëllim të përgjithshëm. Baza për këtë është një bazë

të dhënash e pastër dhe e qëndrueshme për produktet – pikërisht ajo që krijohet gjithsesi kur ndërtoni pasaportën e produktit.

- Aplikacione të bazuara në agjentë.** Sistemet e ndihmës që analizojnë të dhënat e koleksionit, sugjerojnë alternativa materialesh, kontrollojnë specifikimet ose i përgjigjen kërkesave të klientëve kanë nevojë absolute për të dhëna të strukturuar për produktet. Pa to, çdo ide për një agjent mbetet vetëm një slajd prezantimi.
- Prokurimi dhe planifikimi i prodhimit.** Nevojat për materiale për modele, ngjyra dhe madhësi; grupimi i cilësive të fijeve në koleksione të ndryshme; përqendrimi i furnizuesve për grup materialesh: të gjitha këto janë analiza që dështojnë kur të dhënat janë të shpërndara, por bëhen të thjeshta me të dhëna të konsoliduara.
- Kërkimi dhe zhvillimi.** Cila ndërtim, cila peshë për njësi sipërfaqeje dhe cila përfundim çojnë në çfarë modeli ankesash dhe kthimesh gjatë disa sezoneve? Ky korrelacion mund të llogaritet vetëm nëse të dhënat për materialet, shitjet dhe reagimet ruhen në një vend të vetëm.

Si sipërmarrës, e them këtë pa asnjë mëdyshje: edhe sikur BE-ja të hiqte nesër pasaportën e produktit pa e zëvendësuar, puna e bërë në këtë bazë të dhënash do të ishte gjëja e duhur për t’u bërë dhe do të rezultonte e vlefshme në afat të gjatë. Pasaporta është aplikacioni. Të dhënat janë pasuria.

5.4) Treguesit kryesorë të performancës që duhet t'i filloni të matni që nga dita e parë

Figurë kyçe	Metrikë	Qëllimi
Normë skanimi	Skanime për 100 artikuj të shitur	Optimizoni propozimin e vlerës në etiketë
Koha e kaluar në faqe dhe thellësia e faqes	Sekonda, klikime	Prioritizoni përmbajtjen, hiqni elementët e panevojshëm
Konvertimi i klientëve potencialë	Klientë potencialë për 100 skanime	Testoni ofertat promovuese
Konvertimi i shitjeve të kryqëzuara	Porosi për 100 skanime	Përmirësimi i logjikës së kombinimit
Norma e kthimit: skanerues vs jo-skanerues	Dallimi në pikë përqindjeje	Shifra më bindëse për menaxhmentin e lartë
Kërkesa për shërbime në lidhje me kujdesin dhe madhësinë	Bileta në muaj	Tregoni reduktimin e ngarkesës së punës në shërbimin ndaj klientit
Kostot e etiketimit për artikull	Euro për artikull	Nënvizoni kursimet për departamentin e financave

Ju lutem, përgatitni radhën e pestë para se të filloni transmetimin live. Nuk është e mundur të bëhet një krahasim retrospektiv midis skaneruesve dhe jo-skaneruesve, dhe pikërisht këtë figurë do t'ju kërkojnë në vitin e dytë. Statistikat e skanimit në Transpareo mbledhen në anën e serverit, pa cookie-t apo tracker-at. Do të merrni shifra, seri kohore dhe të dhëna rajonale pa ngritur asnjë çështje lidhur me pëlqimin.

6) Nga pasaporta e produktit në regjistrin e BE-së: një formalitet i thjeshtë

Objekti më i zakonshëm ndaj fillimit të hershëm është se modeli përfundimtar i të dhënave të BE-së ende nuk është finalizuar, kështu që çdo punë që bëhet tani mund të humbasë kot. E kuptoj këtë kundërshtim, por ai bazohet në një keqkuptim të mënyrës se si funksionon regjistri.

6.1) Çfarë bën në të vërtetë regjistri

Regjistri i Produktit të Kalimit të BE-së është operativ që nga 20 korriku 2026; Rregullorja e Zbatimit (BE) 2026/1778 rregullon kontrollin e aksesit, verifikimin e përdoruesit, kërkesat për regjistrim dhe ruajtje. Është thelbësore të theksohet se regjistri përmban identifikues unikë dhe metadata; ai nuk është një depo të dhënash për vetë pasaportat. Të dhënat aktuale të produktit mbeten të ruajtura lokalisht tek operatori ekonomik ose tek ofruesi i tyre i shërbimeve.

Në terma praktikë, kjo do të thotë që pasaportat tuaja duhet të mbajnë një identifikues standard-përputhës, të deshifrueshëm, dhe të regjistrohen në regjistrin e BE-së para se produkti të vendoset në treg brenda BE-së. Mirëmbajtja e të dhënave mbetet e njëjtë.

Transpareo i përmbahet plotësisht standardeve të harmonizuara të përmendura në Gazetën Zyrtare në Vendimin e Zbatimit (BE) 2026/1736 të 15 korrikut 2026; dy standardet e mbetura janë gjithashtu të zbatuara. Transpareo punon me GS1 Digital Link dhe me rezolucion të përputhshëm me standardin GTIN dhe është projektuar për regjistrim në regjistrin e BE-së. Çdo version i një kalimi mban dy nënshkrime të pavarura, një nga lëshuesi dhe një nga Transpareo; ju mund të menaxhoni vetë çelësin e lëshuesit përmes një pike të dedikuar për nënshkrim.

Kapni njëherë. Botoni sot. Regjistrohuni më vonë.

1. **Kapja:** Transferoni të dhënat ekzistuese të produktit në bazën e të dhënave në një format të strukturuar, bazuar në fusha. Çelësi është qasja bazuar në fusha: teksti i pandërprerë nuk mund të mapohet, por fushat e pastra mund të mapohen.
2. **Publikimi:** pasaporta e produktit bëhet publike menjëherë. Një kod QR në produkt do të thotë përfitime që nga dita e parë.
3. **Zgjerimi:** fusha shtesë shtohen nga një koleksion në tjetrin, në përputhje me operacionet e përditshme.

4. **Regjistrimi:** kur kërkesa hyn në fuqi, regjistri ekzistues i të dhënave përputhet me modelin përfundimtar dhe dorëzohet në regjistrin e BE-së nga Transpareo. Asnjë nisje nga e para, asnjë projekt, asnjë panikë për afatet.

6.2) Katër kundërshtimet që dëgjoj më shpesh

Kundërshtim	Përgjigjja ime
"Modeli i të dhënave për tekstilet ende nuk është finalizuar."	Struktura teknike ende nuk është finalizuar, por përmbajtja themelore padyshim që po. Materiali, origjina, udhëzimet për kujdes, riparimet, certifikatat dhe mundësia e riciklimit do të përfshihen; nuk ka asnjë dyshim serioz për këtë. Strukturat mund të mapojnë automatikisht, për sa kohë që përmbajtja regjistrohet saktë dhe fushë pas fushe. Pikërisht ky proces regjistrimi përfaqëson përpjekjen e vërtetë, dhe ai duhet të bëhet në çdo rast.
"Atëherë do të bëjmë dyfishin e punës."	Ju ruani të dhënat një herë në bazën e të dhënave. Ato publikohen menjëherë si pasaportë produkti dhe më pas regjistrohen gjithashtu. Futini një herë, përdorini shumë herë.
"Po presim standardin."	Gjashtë nga tetë standardet janë harmonizuar që nga korriku 2026; regjistri është në funksion. Standardi që të gjithë kanë pritur është kryesisht në vend. Dy të tjerët janë të njohur dhe tashmë janë zbatuar nga Transpareo. Dhe kushdo që pret më gjatë po vonon gjithashtu kursimet e kostove, kontaktet e reja dhe kurbën e të mësuarit.
"Nuk i kemi të gjitha të dhënat."	Askush nuk i ka. Një pasaportë produkti fillon me atë që është në dispozicion dhe rritet. Do të jetë gjithmonë kështu, edhe pas regjistrimit. Shih seksionin 5.1.

6.3) Rreziqet, të identifikuarat qartë

Rreziku	Vlerësimi	Veprimi
Modeli përfundimtar i të dhënave ndryshon	mesatar	Kapni të dhënat duke përdorur fusha në vend të tekstit të vazhdueshëm. Hartëzimi mund të bëhet automatikisht; mbledhja e përsëritur e përmbajtjes nga e para nuk do të ishte e mundur.
Shpejtësi të ulëta skanimit në fillim	mesatare	Formuloni propozimin e vlerës në etiketë, testojeni në një pilot dhe përsëriteni para se ta zgjeroni më.
Etiketimi fizik i detyrueshëm mbetet në fuqi	e lartë	Është marrë tashmë parasysh në çmim. Skenari realist përfshin zëvendësimin vetëm të mbartësve vullnetarë.

Rreziku	Vlerësimi	Veprimi
Furnizuesit nuk ofrojnë të dhëna	mesatar	Filloni me të dhënat e disponueshme brenda organizatës. Përfshini gradialisht ofrimin e të dhënave në marrëveshjet kornizë ndërkohë që ka ende hapësirë për negociata.
Lidhje afatgjatë me një furnizues të vetëm	i ulët	Mundësi anulimi mujor, eksport i plotë në katër formate, adresa të qëndrueshme të pasaportës, renderues me burim të hapur. Kontrolloni këtë me çdo ofrues që po konsideroni; lista jonë e kontrollit për ofruesit paraqet pyetjet që ia vlen t'i bëni.
Mbrojtja e të dhënave në gjenerimin e klientëve të rinj	e ulët	Pajtim i duhur, kufizim i qëllimit dhe një politikë për fshirjen e të dhënave që nga fillimi.

6.4) Zgjedhja e një ofruesi

Po shkruaj këtë dokument si themelues i Transpareo, dhe duhet ta lexoni me këtë në mendje. Kjo e bën pikën e mëposhtme edhe më të rëndësishme për mua.

Ne kemi publikuar një [listë kontrolli](#) me qëllim neutralitetin ndaj furnizuesve, që përfshin tridhjetë kritere që me të vërtetë kanë rëndësi kur merrni një vendim të informuar për platformën që do të zgjidhni: përputhshmëria me standardet, mbështetja për GSI Digital Link, një strategji nënshkrimi dhe arkivimi, sovraniteti i të dhënave dhe eksportueshmëria, modeli i çmimeve dhe shkallëzueshmëria me numrin e SKU-ve, dhe aftësia për të dalë nga platforma. Shikoni këtë listë para se të merrni vendimin tuaj, madje – dhe veçanërisht – nëse në fund vendosni kundër nesh. Nuk duhet të zgjidhni një platformë që dështon në një vlerësim të tillë; kjo vlen për ne po aq sa për të gjithë të tjerët.

Për më tepër, nën '[Insights & Perspectives](#)' do të gjeni një rrjedhë të rregullt artikujsh specializues mbi ESPR-në, standardizimin dhe zbatimin praktik, ndërsa [Udhëzuesi](#) ynë [për ESPR](#) ofron një pasqyrë të vetë Rregullores. Rendërizuesi Transpareo Time Machine është me kod të hapur nën licencën GPL v3, që do të thotë se çdo proces mund të verifikohet në shfletuesin e internetit në mënyrë të pavarur nga ne.

7) 90 ditët e para

Për të përfunduar, këtu është një plan që mund ta nisni të hënën. Ai nuk kërkon asnjë kontratë konsulence, asnjë proces tenderimi dhe asnjë aplikim buxhetor.

Periudha kohore	Detyrë	Rezultat
Javët 1–2	Mbledhni kostot aktuale: përpiloni faturat e etiketave, porosinë e etiketave varëse, kostot e përkthimit dhe listat e mbeturinave për dymbëdhjetë muajt e fundit	Të dhënat tuaja në vend të supozimeve të mia model nga Kapitulli 3
Javët 2–4	Krijoni një hartë të të dhënave: cili fushë është në cilin sistem, kush e mirëmban atë dhe sa i përditësuar është? Përdorni tabelat nga Kapitulli 2 si model	Qartësi në lidhje me pjekurinë e të dhënave dhe boshllëqet aktuale
Javët 3–4	Përcaktoni gamën pilot: 20 deri në 30 modele me dukshmëri të lartë dhe potencial të mirë për tregim historik. Provë falas, e ndjekur nga plani 'Small'	një pilot i menaxhueshëm dhe me kuptim
Javët 4–6	Hapni një llogari, përcaktoni strukturën e fushës, importoni të dhënat pilot përmes Excel-it	grupet e para të plota të të dhënave
Javët 6–8	Dizajnoni paraqitjen dhe strukturën e përmbajtjes, shtoni rekomandime për kombinime, formuloni propozimin e vlerës për etiketën	gati për botim
Javët 7–9	Koordinoni integrimin e QR-së me furnizuesin e etiketave dhe inkorporojeni atë në ndryshimin e ardhshëm të etiketës, i cili prapë do të bëhej	Kostot marginale të zbatimit afër zeros
Javët 8–10	Vendosni pyetësin e parë në gjeneratorin e klientëve potencialë. Rekomandim: garanci e zgjatur pas regjistrimit të produktit	Mekanizmi i gjenerimit të klientëve potencialë aktiv; pyetësi hapet automatikisht pas skanimit
Javët 10–12	Lansimi i gamës pilot; vendosja e treguesve kryesorë të performancës; fillimi i matjes, veçanërisht krahasimi i kthimeve	Të dhënat e para reale për skanimin dhe konvertimin
Java 12	Analizoni rezultatet, përditësoni rastin e biznesit me shifra aktuale, vendosni për zbatimin	bazë e fortë për marrjen e vendimeve

7.1) Tre gjëra që do të doja t'i ndaj me ty

- **Shkruani përftimet në etiketë.** Një kod QR i vetëm rrallë skanohet. *'Pasaporta dixhitale e produktit: këshilla për mirëmbajtje, kombinime stilesh, garancia juaj e zgjatur dhe shumë më tepër'* e shumëfishon shkallën e skanimit. Kjo fjali nuk kushton asgjë dhe bën gjithë ndryshimin në anën e marketingut të ekuacionit.
- **Koordino ndryshimin që të përkojë me ndryshimin e ardhshëm të etiketës.** Nëse e inkorporoni kodin QR në një ndryshim që do të bëhej gjithsesi, praktikisht nuk do të keni asnjë kosto për kalimin.

Nëse e ktheni në një promovim të veçantë, do të përfundoni duke paguar dy herë.

- **Matni ndikimin në kthime që nga fillimi.** Krahasimi i normës së kthimeve midis atyre që skanojnë dhe atyre që nuk e bëjnë është shifra më bindëse që mund të paraqisni në vitin e dytë, dhe leva me potencialin më të madh për përmirësim. Ajo nuk mund të llogaritet me prapavështrim.

Dhe nëse do të bëni vetëm një gjë pasi të lexoni këtë artikull: kërkonti faturën më të fundit nga furnizuesi juaj i etiketave dhe ndani shumën me numrin e artikujve. Ky numër i vetëm është pika e nisjes për çdo diskutim serioz rreth pasaportës dixhitale të produktit. Për shumicën e markave me të cilat flas, ky shifër është më i lartë se sa menaxhmenti do të kishte pritur.

Shtojca: Një përmbledhje e të gjitha supozimeve

Çdo figurë në këtë punim është ose një nga supozimet e mëposhtme, ose e nxjerrë prej tyre me llogaritje. Kam shmangur me qëllim t'i atribuoj ndonjë vlerë që nuk mund të justifikohet, dhe kur kam qenë në dyshim, kam zgjedhur opsionin më konservator.

Supozim	Vlerë	Karakter
Shitje vjetore	250,000 njësi	Përkufizim i modelit
Kombinime produkt-ngjyrë (= numri i varianteve)	1,200	Përkufizim i modelit
Etiketimi fizik aktual	0,500 € për njësi	kushte standarde të industrisë
Etiketimi fizik me pasaportë produkti	0,200 € për njësi	llogaritje modeli
Kursimi i vlerësuar (skenar realistike)	0,300 € për artikull	ndryshimi midis dy shifrave
Porosi online	100.000 në vit	korrespondon me 40 për qind pjesë D2C
Normë kthimesh online	42 për qind	tipike për sektorin
Kosto e plotë për kthim	11,00 €	tipike për sektorin
Ulje e vlerësuar e kthimeve	1,0 pikë përqindjeje	qëllimisht konservatore
Normë skanimi QR	12 për qind	shifër mesatare me një propozim vlerë të qartë
Normë përgjigjeje e pyetësorit	25% e skanimeve	bazuar në përvojën me një ofertë nxitëse
Normë konvertimi e shitjes së kryqëzuar për skanim	3%	konservatore

Supozim	Vlerë	Karakter
Vlera e shportës dhe raporti i marzhit të kontributit	65 € dhe 45%	supozime të modelit
Standardi i referencës për lead (CPL)	6,00 €	Intervali i sektorit të modës 4 deri në 12
Kostot e platformës gjatë implementimit (Tarifa e madhe)	afërsisht 18.500 € në vit	Çmimi i listës Gusht 2026
Kostot totale të zbatimit, Viti 1	25.000 € deri në 40.000 €	Vlerësim i gamës
Kostot e vazhdueshme nga Viti 2 e tutje	18.000 € deri në 25.000 €	Vlerësim i gamës

Të gjitha shifrat janë vetëm për qëllime ilustruese dhe nuk zëvendësojnë një llogaritje specifike të kompanisë. Llogaritja është strukturuar në mënyrë që të mund të zëvendësoni supozimet me shifrat tuaja aktuale. Deklaratat në lidhje me shkallën e lejuar të reduktimit të etiketës nuk përbëjnë këshilla ligjore dhe duhet të verifikohen rast pas rasti.

Mund ta gjeni kalkulatorin Excel për këtë dokument – në të cilin mund të zëvendësoni çdo supozim me shifrën tuaj – në [faqen tonë për pasaportën e produktit tekstil](#).

Rreth autorit

Günter Reichelt, themelues dhe, për 19 vitet e fundit, strateg në Transpareo; Kryetar i Bordit të Drejtoreve; inxhinier tekstili; dhe sipërmarrës serial me pasion për më shumë se 50 vjet. Zug, Zvicër.

Nëse keni ndonjë kërkesë për ndryshime, shtesa ose komente të mëtejshme në lidhje me elementë të veçantë të llogaritjes, do të më bënte shumë qejf të dëgjoja nga ju. I konsideroj këto çështje jashtëzakonisht të rëndësishme dhe jam më se i lumtur të rezervoj kohë për t'i diskutuar.

Rreth Transpareo

Kompania zvicerane Transpareo AG, me seli në Zug Tech Cluster, ofron një portal vetëshërbimi për krijimin, menaxhimin dhe publikimin e pasaportave dixhitale të produkteve për biznese të të gjitha madhësive dhe në të gjitha sektorët, në 40 gjuhë. Front-end-i, Transpareo Time Machine, është me kod të hapur.

Portali tashmë plotësisht përmbush kërkesat e Rregullores së BE-së për Ekodizajn në lidhje me pasaportat digjitale të produkteve, si dhe me standardet e harmonizuara të përmendura në Vendimin Zbatues

ese (BE) 2026/1736 të 15 korrikut 2026. Të dhënat tashmë mund të regjistrohen dhe pasaportat digjitale të produkteve tashmë mund të përdoren.

- **Kontakt për media:** Günter Reichelt, Kryetar i Bordit të Drejtorëve, Transpareo AG, presse@mail.transpareo.com
- **Zyra e regjistruar:** Tech Cluster Zug, 6300 Zug, Zvicër
- **Portali DPP:** transpareo.com

Transpareo® dhe Transpareo Time Machine® janë marka tregtare të regjistruara të Transpareo AG. Të gjitha të drejtat e rezervuara 2026 Transpareo AG.

Të drejtat e autorit © 2026 Transpareo AG, Zug, Zvicër - transpareo.com