



Avrupa

# Kendin-Yap Sektörüne Değer Verilmesi

[www.gs1.org](http://www.gs1.org)  
[www.gs1.eu](http://www.gs1.eu)



sürdürülebilirlik



verimlilik



görünürlük



işbirliği



yenilik



# Ticaretin Küresel Dili



■ Kendin-Yap sektöründeki müşterilerin hep daha çeşitli ve zorlu gereksinimleri vardır. Fiyatlar baskı altında olduğu zaman bu eğilim; ürün yelpazesi, hizmet ve lojistik konusunda daha fazla talep getirmektedir. Rekabet yoğunlaşmakta ve perakendeciler, mağaza formüllerini pazarda farklı bir görüntü sunacak şekilde ayarlamaktadır. Zincir işbirliği, maliyet tasarrufu sağlayan çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Sektör için müşteri gerekliliklerini sürekli bir şekilde yerine getirmesinin, pazar büyümesini teşvik etmenin ve maliyetleri düşürmenin tek yolu, uygun bir ürün ve hizmet yelpazesi ile lojistik verimliliği sunma gibi konulara dair zincir boyunca çalışma yapmaktır. Ne yazık ki şimdiye kadar sektörde yapılan çeşitli girişimler, ikili çözümlerle kısıtlanmaya meyillidir ya da uygulama, amaçlarına ulaşamamıştır.



■ Küresel olarak ve sektörler arasında arz ve talep zincirlerinin verimliliği ve görünürlüğünü geliştirmeyi amaç edinmiş bir kuruluş olarak GS1, 30 yılı aşkın bir süredir işletmelerin birbirleriyle iş yapmasına yardımcı olmuştur. GS1 çeşitlendirilmiş ürün, çözüm ve teknoloji portföyü sunmaktadır. GS1'in sunduğu teklifler; GS1 BarCodlar, GS1 eCom (elektronik ticaret araçları), GS1 GDSN (veri senkronizasyonu), EPCglobal (RFID teknolojilerini kullanan) ve İzlenebilirlik gibi yeni nesil teknolojiler ve çözümler arasında değişmektedir. GS1 ayrıca işletmelerin, bu standart ve uygulamaları kullanmalarına yardımcı olacak eğitim, belgelendirme, teknik destek ve uygulama danışmanlığı gibi geniş bir hizmet yelpazesi de sunmaktadır.



■ GS1; Perakende, Hızlı Tüketim Malları (FMCG), Kendin-Yap, Sağlık Hizmetleri, Taşıma ve Lojistik ve Savunma dâhil olmak üzere 20'den fazla endüstri ve sektörde faaliyet göstermektedir. GS1'in 108 ulusal organizasyonu, küçük ve orta boyutlu firmalardan dünyanın en büyük kuruluşlarına kadar her ölçekten şirketler için tedarik zincirinin tüm yönlerine hitap etmektedir.

■ Geliştirmeler bütün sektör için hayata geçirilsin diye GS1, zincir işbirliğinin kurulmasını sağlayabilme kabiliyetiyle Kendin-Yap ve bahçe sektörü için tarafsız ve bağımsız bir kuruluştur.

## Çok İyi Anlaşılan Sektör

### Değişen tüketici

- "Kendin-Yap" ve bahçe tüketicisi artık yok. Tüketiciler arasında kadınlar giderek artmakta ve çok çeşitli ihtiyaç ve gereksinimleri bulunmaktadır. Ortak Avrupa kategorizasyonu beş Kendin-Yap tüketici türü tanımaktadır:
  - Kendin-Yap Meraklısı: Sıklıkla Kendin-Yap işleriyle uğraşır ve hevesli bir amatördür.
  - "Küçük ve Kolaycı": Kendin-Yap işleriyle uğraşır çünkü bu, bir işi yapmanın en ucuz yoludur.
  - İndirimci: Daha çok fiyatla ilgilenir ve yalnızca ihtiyaç duyduğunu satın alır.
  - Ev Geliştirici: A kalite markaların güvenliğini tercih eder ve Kendin-Yap işini bir gereklilik olarak görür.
  - Dekoratör: Kendi becerilerini gösterme ve başkalarına yardım etmeyi amaçlayıp dekorasyona odaklanır.

Diğer sistemlerde sekiz ve hatta on segment bulunmaktadır. Her halükarda artık homojen bir grup ile ilgilenmiyoruz. Bahçe sektöründe de giderek artan çeşitlilikte müşteri türleri gözlemliyoruz.

### Sektör sınırlarının bulanıklaşması ve rekabet

- Sektör içinde rekabet artmaktadır. Rekabetçi bir araç olarak fiyatın yaygın şekilde kullanımı, fiyat erozyonuna ve mağaza formülleri arasında daha az ayrıma neden olmaktadır. Daha kapsamlı ürün yelpazesi sunmak, perakendecilerin tüketici gerekliliklerine daha etkili şekilde yanıt vermelerini ve kendilerine özgü kimliklerini vurgulamalarını mümkün kılacaktır. Bu amacı gerçekleştirmenin bir yolu; tesis, küçük mobilya ürün kalemi, dekorasyon malzemesi ve araba aksesuarı gibi ilgili ürünler ile çekirdek ürün yelpazesini genişletmektir. Bir diğer yolu ise sektör dışından daha fazla ürün sunmaktır. Örnek olarak ev dekorasyon mağazalarında beyaz eşya, giyim, Noel ürünü, çadır, bisiklet ve oyuncak buluyoruz. Bu tür teklifler mağazalara müşteri trafiği çekerken lojistik kaynaklar üzerinde de büyük baskı oluşturlar. Ayrıca, tekliflerin çoğu kısa vadeli olup fiyat baskın bir özellik olduğu için genellikle bir formülün belirgin bir resmini geliştirmeye yardımcı olmazlar.



# verimlilik

Bunların üst üste gelmesi, ev dekorasyon mağazaları ve bahçe merkezlerini giderek artan bir şekilde rakip olarak mücadele içine sokmaktadır. Buna ek olarak her iki kategori, ev depo mağazaları gibi dış taraflardan artan bir rekabet yaşamaktadır.

## Özel iş

■ Son yılların en cazip eğilimi, tüketicinin bireyselleşmesi olmuştur. Tüketiciler artık sadece standart bir ürünle memnun kalmamakta ve aynı zamanda kendi kişisel durumlarına özellikle uyan ürün ve hizmetleri talep etmektedir. Sektör; boya karıştırma, pencere örtüleri ve özel yapım dolaplar gibi hizmetler ile bu eğilime zaten yanıt vermektedir. Özel işin teslimi, geleneksel olarak büyük hacim ve standart miktarlara yoğunlaşan lojistik süreçleri üzerinde yeni talepler ortaya çıkarmaktadır. Başka bir zorluğu da varsa sadece sınırlı şekilde bulunan ürünler için mağaza içi ürün deneyimi oluşturmaktır.

## Bilgi

■ Tüketiciler, onların satın alma kararlarına yardımcı olmak için daha fazla bilgi talep etmektedir. Televizyondaki Kendin-Yap programlarından bilgi almakta ve tavsiye için aktif bir şekilde İnternette araştırma yapmaktadırlar. Satın alma kararı için hem fiziksel hem çevrimiçi ev dekorasyon mağazasından aşağıdaki doğru bilgiyi tam olarak vermesi beklenmektedir: "Banyo duvarını boyamak istiyorum, hangi boyaya ihtiyacım var?" Tüketiciler de ilgili ürünleri hızlıca bulabilmek isterler.

## Çok kanallı

■ Müşteriler artık sadece mağazada değil aynı zamanda çevrimiçi olarak ve hatta bazıları önceden bilgi edinerek mağazaya ziyaret düzenlemeye yardımcı olan cep telefonuyla alışveriş yapmaktadır. Fakat tüm satın alma süreci özellikle özel iş için İnternette gerçekleşmektedir. Teslimat sadece mağazada olmaz aynı zamanda eve teslim veya müşteri toplama noktalarından da yapılabilir. Bu teslimat yöntemleri lojistiği büyük ölçüde karmaşık hale getirir.



# görünürlük

## *İadeler rutindir*

- Kendin-Yap pazarında mallar çok yaygın bir şekilde iade edilir. Bunun çeşitli nedenleri vardır:
  - Tüketici iadeleri: Müşterinin memnun olmamasından dolayı iade edilen ürünler;
  - Kullanılmayan stok: Tedarikçinin "eski" ürün kalemlerinin iadesini kabul ettiği ürün yelpazesi değişiklikleri;
  - Özel teklif iadeleri: Tedarikçinin iade kabul ettiği özel bir tekliften artakalan ürünler;
  - Hasarlı ürün iadeleri: Tedarikçiye iade edilen hasarlı ürünler;
  - Lojistik iadeler (diğer): Yanlış veya geç teslim edilen ya da teslim edilemeyen ürünler.

İadeler ile genellikle manüel olarak ilgilenilir ve yoğun işgücü gerektiren bir süreç olup zaman, para ve yer gerektirir. Ayrıca bu, kuruluşun çekirdek faaliyetlerinden biri değildir. Ortalama olarak bir şirketin toplam lojistik kapasitesinin %15'i, iadeler ile ilgilenmek üzere geçici olarak bağlanır. İade akışlarının daha iyi şekilde yönetilmesi, şirketlere çok fazla para tasarrufu sağlar ve süreçleri büyük ölçüde kolaylaştırır. Bir iade ile ilgilenme işinde yer alan 24 adım, zincirde ortalama 77 dakikaya mal olur. Manüel sistemler yerine elektronik mesajlar ile çalışarak basitçe on ila on beş dakika tasarruf sağlanabilir. Örgütsel ve mali etkiler görünür olmadığı için iadelerin kâr marjlarına net etkisi büyük ölçüde bilinmemektedir. İade akışlarından kaynaklanan ek masraflar nedeniyle yine zararlı sonuçlanabilse de tanıtıcı bir kampanya başarılı olabilir.

## *Sürdürülebilirliğin artan önemi*

- Sürdürülebilirlik, çoklu düzeyler üzerinde bir etkiye sahip bir konudur. Birincisi, FSC ahşap gibi sürdürülebilir ürünlere yönelik artan bir tüketici talebi söz konusudur. İkincisi, ürünlere yönelik sürdürülebilirlik kılavuzları, Boya Yönetmeliği ve belli ampullerin satışının yasaklanması gibi mevzuatlarla giderek artan bir şekilde desteklenmektedir. Son olarak, sektörün kendisi mal akış konsantrasyonu ve verimli iade yönetimi ile daha sürdürülebilir lojistik bir zincire ihtiyaç duymaktadır.



## Sektör ne istiyor?

■ Sözü edilen eğilimler, sektörden tatminkâr bir karşılık talep etmektedir. Bireysel veya ikili çözümlerin artık yeterli olmadığı ve sektör ile zincir içinde çeşitli sahalarda birlikte çalışma ihtiyacının bulunduğu dair bir farkındalık söz konusudur.

### *Tüketici gerekliliklerini yerine getirme işbirliği*

■ Öncelikle çeşitli müşteri türlerinin gereksinimlerine yeterli bir şekilde yanıt verme isteği söz konusudur. Farklı grupların ihtiyaçlarına etkili ve daha özellikli yanıt vermek, ekstra tüketici değeri kazandırmaya olanak sağlayacak ve farklı perakende formlerini daha belirgin kılacaktır. Bu durum; büyüme, daha iyi kâr marjı ve ziyaret başına daha fazla harcama ile sonuçlanacaktır. Perakendeciler ile tedarikçiler arasında işbirliğine ihtiyaç duyulmaktadır: Perakendeci, müşteri davranışlarının olası en iyi görünüşüne sahipken tedarikçi, bir ürün düzeyinde tüketici gerekliliklerini bilmektedir. Bu bilgiyi birleştirerek tüketicilerin ihtiyaçlarını ortak bir şekilde karşılayabilirler. Özel işin temini, ilave bir dikkat noktasıdır. Özel iş, hem ticari hem de lojistik açıdan tedarikçi-perakendeci işbirliğinin farklı ve daha kapsamlı bir şeklini talep etmektedir. İşbirliği, müşterilere en iyi hizmeti sunma esasına dayanır.

### *Verimli, esnek lojistik: düşük maliyetler*

■ Tüketicilerin ürünleri her zaman, her yerde ve dilediği şekilde satın alma isteği, lojistik ve idari süreçler üzerinde büyük bir talep oluşturmaktadır. Ayrıca, maliyet tasarrufu konusu önemini korumaktadır. Bundan dolayı lojistik süreçleri mümkün olduğu kadar verimli bir şekilde düzenlemek ve idari yükü sınırlamak önemlidir. Eğer sektör, bu konuyla ilgilenmenin toplu bir yöntemini benimsemeye karar verirse ancak bu amaca ulaşılabilir. Hâlihazırda birçok standart elektronik çözüm mevcut olmasına rağmen fiili ve optimum kabul, hayal kırıklığı yaratmıştır.

Özellikle bahçe sektörünün toparlanması için kat edecek çok mesafesi vardır. Sektör, özellikle sipariş, teslimat ve faturalandırma için elektronik mesajların kullanımıyla bağlantılı olarak sektör çapında kullanılabilir çözümlerin uygulanmasına ihtiyaç duymaktadır. Bahçe sektörünün, Kendin-Yap sektöründe hâlihazırda kazanılmış deneyimi kullanmaya istekli olduğundan dolayı bu durum hem Kendin-Yap hem de bahçe sektörü için geçerlidir. Bu konu dâhilinde elektronik iletişim yoluyla daha verimli iade yönetimi, muazzam tasarruf potansiyeli ile önemli bir dikkat noktasıdır.

### *Daha iyi ticaret ve lojistik bağlantısı*

■ Ticaret ve lojistik ayrı dünyalar değildir ve şirketler içinde yakın ilişkili iki fonksiyondur. Birbirine ya da köstek olma gücüne sahiplerdir. Sektör, kuruluşlar bünyesinde lojistik ve ticari süreçler arasında daha iyi bağlantı isteğini dile getirmiştir. Bu amacın gerçekleştirilmesi, birbirlerinin süreçleri hakkında daha iyi bilgi birikimi ve bilgilerin daha iyi alışverişini gerektirecektir. Geliştirme projelerinin ortaklaşa yürütülmesi ayrıca büyük kâr payı oluşturacaktır.



# Çözüm Getirme - GS1

■ GS1 Sistemi, tanımlama ve iletişim amaçları için bütünlük bir küresel standart sistemidir. Ürün, varlık, hizmet ve lokasyonlara dair bilgi sağlamaktadır. Dünyadaki en çok uygulanan tedarik zinciri standart sistemi olup çok çeşitli verimli tedarik zinciri uygulama ve çözümlerinin esasını teşkil etmektedir.

Ulusal ve uluslararası pazar bilgisine, ulusal ve uluslararası bilgi ağına erişime, zincir açısından düşünebilme kabiliyetine, tarafız bir konuma, kullanılabilir kurum içi çözümlere ve pazar taraflarını mobilize etme yetkisine sahip bir tarafça zincir içinde başarılı işbirliğinin yönetilmesi gerekir. GS1 bu konumdadır. GS1'in birincil amacı, tedarik zincirindeki gelişmelerin uygulanması ve dolayısıyla verimlilik ve maliyet tasarrufunun sağlanmasıdır.

## *Daha verimli lojistik ve iade yönetimi*

■ Günümüzün küresel ekonomisinde verimli bir tedarik zinciri bir zorunluluktur. Ne kadar çok işletme küresel kaynak stratejisi benimserse tedarik zincirinin yönetimi o kadar zorlaşacak ve aynı zamanda şirketin başarısı için çok daha önemli hâle gelecektir. İşler ters giderse tedarik zinciri boyunca yetersiz ve yanlış veri taşınması markalara zarar verebilir. Veri kalitesinin geliştirilmesi, kâr üzerinde doğrudan bir yarar ile sonuçlanabilir. **GS1 barkodları ile EPC/RFID gibi GS1 tanımlama anahtarları ve veri taşıyıcı standartlarını kullanarak ürün ve lojistik birimlerin benzersiz şekilde tanımlanması, işletmelerin verimliliğini artırarak ve kârlılıklarını azami düzeye çıkararak küreselleşmiş bir tedarik zincirinin zorluklarına karşılık vermelerini mümkün kılar.**

## *Hızlı ve düzgün küresel iletişim, daha az idari yük*

■ İşler artık küreselleşmiştir. Bu demektir ki siz, tedarikçileriniz, lojistik firmanız, muhasebe bölümünüz ve iş anlaşmanızda yer alan diğer herkesin, müşterilerinizle hangi ülkede bulunmalarına bakılmaksızın verimli şekilde iletişim kurmaları gerekir. Hangi dili konuşursanız konuşun, tüm tedarik zinciri boyunca iş bilgilerini hızlı ve düzgün bir şekilde paylaşmanın bir yoluna da ihtiyaç duyarsınız.

Ve neden bunu bir yığın kâğıtla yapasınız ki? Günümüzün ofisleri kâğıda gömülü olabilir. Sipariş emirleri. İrsaliye emirleri. Sevkiyat manifestoları. Teslimat fişleri. Makbuzlar. Faturalar. Ödeme ekstreleri. Doğrulama evrakları. Bilgisayar sistemine girilecek evraklar. Dosyalara konulacak evraklar. Ve bunun her bir parçası zaman, çaba, para ve CO<sub>2</sub> israfıdır. **GS1 eCom standartları, tüm bu işletme belgesi türlerinin elektronik versiyonlarını oluşturmaya yönelik net kılavuzlar sunar.** Standartlarımız, ticaret ortaklarının bilgileri elektronik ortamda düzgün bir şekilde aktarmalarına olanak sağlar. Kurum içi donanım veya yazılım sistemi ne olursa olsun, Yurtiçinde konuştuğu dil ne olursa olsun bunu mümkün kılar.

## *Doğru, zamanında ve yüksek kaliteli ürün verileriyle daha iyi raf bulunabilirliği*

■ Dünyadaki her şirket yaptığı, sattığı ya da satın aldığı ürünler hakkında bilgilerle dolu veritabanlarına sahiptir. Bu veritabanları, müşterilerin sipariş verebildiği ve tedarik zincirlerini yönetebildiği kataloglar gibidir.

Kendin-Yap sektörü, tüketici gereksinimlerine daha verimli şekilde yanıt vermek, rafları daha cazip ve etkili şekilde düzenlemek ve gelecekte tüketicilere daha fazla ürün bilgisi sağlamak istemektedir. Bu amaç, perakendeciler ile tedarikçiler arasında doğru, zamanında, yüksek kaliteli ürün kalemi hakkında bilgilerin alışverişini gerektirir. Perakendeciye özgü kaynak belgelerle çalışılması ve ürün verilerinin manuel olarak girilmesi gereksiz hata, zaman ve masrafa neden olur. Sektör üniform ve toplu bir çözüme amaçlamaktadır.

GS1'in Küresel Veri Senkronizasyon Ağı, tedarik zinciri ortaklarının kendi tedarik zincirlerinde verimliliğini artırarak bilgileri sürekli olarak senkronize etmelerini ve tüketiciye daha iyi hizmet sunmalarını mümkün kılar. Doğru, detaylı ve güncel ürün bilgileri hem şirketlere hem de tüketicilere yardımcı olur. Marka sahipleri daha hızlı ve sorunsuz şekilde piyasaya yeni ürün sürebilir. Perakendecilerin sipariş ile sevkiyatlarda daha az idari işi ve yanlış söz konusu olur. Ayrıca süpermarkette alışveriş yapanlar, boş raf görmek yerine istedikleri ürünleri satın alabilirler.

# GS1 Avrupa ile yerel olarak iletişime geçin:

**GS1 Arnavutluk**  
+355 4 232073  
info@gs1al.org  
www.gs1al.org

**GS1 Ermenistan**  
+374 10 272 622  
gs1arm@am.org  
www.gs1am.org  
**GS1 Avusturya**

+43 1 505 86 01  
office@gs1austria.at  
www.gs1austria.at

**GS1 Azerbaycan**  
+99412 4987405  
ean@gs1az.org  
www.gs1az.org  
**GS1 Belarus**

+ 375 17 298 09 13  
ean@ean.by  
www.ean.by

**GS1 Belçika ve Lüksemburg**  
+32 2 229 18 80  
info@gs1belu.org  
www.gs1belu.org

**GS1 Bosna-Hersek**  
+387 33 258 646  
info@gs1bih.com  
www.gs1bih.com

**GS1 Bulgaristan**  
+359 2 988 3139  
gs1bulgaria@gs1bg.org  
www.gs1bg.org  
**GS1 Hırvatistan**

+385 1 48 95 000  
info@gs1hr.org  
www.gs1hr.org

**GS1 Kıbrıs**  
+357 2 889800  
info@gs1cy.org  
www.gs1cy.org

**GS1 Çek Cumhuriyeti**  
+ 420 234 633145  
info@gs1cz.org  
www.gs1cz.org  
**GS1 Danimarka**

+45 39 27 85 27  
info@gs1.dk  
www.gs1.dk

**GS1 Estonya**  
+372 660 5535  
info@gs1.ee  
www.gs1.ee

**GS1 Finlandiya**  
+358 9 4242 6280  
asiakaspalvelu@gs1.fi  
www.gs1.fi  
**GS1 Fransa**

+33 1 409 554 10  
infos@gs1fr.org  
www.gs1.fr

**GS1 Gürcistan**  
+995 32 29 4724  
info@gs1ge.org  
www.gs1ge.org  
**GS1 Almanya**

+49 221 947 14 - 0  
info@gs1-germany.de  
www.gs1-germany.de

**GS1 Macaristan**  
+36 1 412 3954  
info@gs1hu.org  
www.gs1hu.org

**GS1 İzlanda**  
+ 354 511 3011  
info@gs1.is  
www.gs1.is

**GS1 İrlanda**  
+353 1 208 0660  
info@gs1ie.org  
www.gs1.ie  
**GS1 İsrail**

+972 3 519 88 39  
info@gs1il.org  
www.gs1il.org

**GS1 İtalya**  
+39 02 777 2121  
info@indicod-ecr.it  
www.indicod-ecr.it

**GS1 Kazakistan**  
+7 3272 756578  
+7 7272 479348  
info@gs1.kz  
www.gs1.kz

**GS1 Kırgızistan**  
+996 312 51 0826  
info@gs1kg.org  
www.gs1kg.org

**GS1 Letonya**  
+ 371 67830 822  
gs1@gs1lv.org • gs1@gs1.lv  
www.gs1lv.org • www.gs1.lv  
**GS1 Lituanya**

+370 5 2614532  
gs1@gs1lt.org  
www.gs1lt.org

**GS1 Makedonya**  
+389 2 32 54 250  
gs1mk@gs1mk.org.mk  
www.gs1mk.org.mk  
**GS1 Moldova**

+373 22 24 1669  
info@gs1md.org  
www.gs1md.org

**GS1 Hollanda**  
+31 20 511 3820  
info@gs1.nl  
www.gs1.nl

**GS1 Norveç**  
+47 22 97 13 20  
firmapost@gs1.no  
www.gs1.no

**GS1 Polonya**  
+48 61 8504977  
gs1pl@gs1pl.org  
www.gs1pl.org  
**GS1 Portekiz**

+35 1 21 752 07 40  
info@gs1pt.org  
www.gs1pt.org

**GS1 Romanya**  
+40 21 3178031  
office@gs1.ro  
www.gs1.ro

**GS1 Rusya**  
+7 495 730 7103  
info@gs1ru.org  
www.gs1ru.org  
**GS1 Sırbistan**

+381 11 3132 312  
office@gs1yu.org  
www.gs1yu.org

**GS1 Slovakya**  
+421 41 565 11 85  
info@gs1sk.org  
www.gs1sk.org

**GS1 Slovenya**  
+386 1 5898320  
info@gs1si.org  
www.gs1si.org  
**GS1 Güney Afrika**

+27 11 789 5777  
info@gs1za.org  
www.gs1za.org

**GS1 İspanya**  
+34 93 252 39 00  
info@gs1es.org  
www.gs1es.org  
**GS1 İsveç**

+46 8 50 10 10 00  
info@gs1.se  
www.gs1.se

**GS1 İsviçre**  
+41(0)58 800 70 00  
mail@gs1.ch  
www.gs1.ch

**GS1 Türkiye**  
+90 312 218 20 00  
gs1turkey@tobb.org.tr  
www.gs1tr.org  
**GS1 Birleşik Krallık**

+44 20 7092 3500  
info@gs1uk.org  
www.gs1uk.org  
**GS1 Ukrayna**

+380 44 486 0734  
ean@gs1ua.org  
www.gs1ua.org

**GS1 Özbekistan**  
+998 71 252 6604  
info@gs1uz.org  
www.gs1uz.org

GS1 Avrupa, 45 adet GS1 üye kuruluşundan oluşan bir işbirliğidir. Avrupa şirketlerinin arz ve talep zincirinin iyileştirilmesi için uyumlaştırılmış ve kullanıcı odaklı çözümlerin oluşturulup uygulanmasına öncülük ediyoruz.

Tek dünya. Tek sistem. Tek küresel ticaret dili.

Bu broşürü oluşturmada kaynak sağladığı için özel olarak GS1 Hollanda'ya teşekkür ederiz!



Avrupa  
Tel: +36 1 412 3947  
E-posta: david.ketszeri@gs1eu.org  
www.gs1.eu