



INFORMACJA PRASOWA

Prosty sposób na zwiększenie ruchu na stronie – raport GS1

Poznań, 5 lipca 2017 – Światowa organizacja GS1, działająca w 112 krajach, w tym również w Polsce, przygotowała **raport na temat wpływu kodów GTIN na sprzedaż w internecie**. Z dokumentu wynika, że dzięki implementacji standardu GS1 SmartSearch witryna internetowa **zyskuje zwiększenie liczby użytkowników, zwiększenie liczby odsłon i zmniejszenie współczynnika odrzuceń**.

„Każda standaryzacja zwiększa efektywność w osiągnięciu zamierzonego celu. Nie ma potrzeby przekonywać nikogo, że obecność w Google jest kluczowa dla krwioobrotu każdego współczesnego biznesu. Szczególnie tego na „E”. Obligatoryjne numery GTIN w celu unormowania obecności produktu w usługach promowanych przez Google to po prostu następny, całkowicie zrozumiały, ewolucyjny krok. W tym kontekście należy się cieszyć, że polski oddział GS1 tak pręźnie i skutecznie pomaga e-przedsiębiorcom w sprostaniu nowym wymaganiom. Coś, co jeszcze kilka lat temu było dowolnością, staje się obligatoryjne. Zawsze w takim przypadku chaos towarzyszący określonej zmianie na dłuższy czas wstrzymuje skuteczność wdrożeń. Na szczęście w przypadku GS1 SmartSearch mamy od początku klarowną sytuację” – komentuje raport Mariusz Wesołowski, ekspert ds. e-commerce, współautor *Biblii e-biznesu*.

Do pilotażowego wdrożenia standardu GS1 SmartSearch zgłosiło się kilkanaście polskich sklepów internetowych, a do badania zostało wyselekcjonowanych pięć z nich. Kluczem do wyboru sklepów była ich różnorodność pod względem branży, wielkość, struktura ruchu czy oprogramowania.

Reprezentowane kategorie produktowe:

- odzież i obuwie
- kosmetyki
- artykuły dla dzieci
- meble
- hobby - myślistwo

Efekty wdrożenia GS1 SmartSearch zaskoczyły nawet właścicieli sklepów. Uzyskano bowiem m.in. **wzrost liczby odwiedzających o 85%** przy **zmniejszonym o 15% współczynniku odrzuceń**.

„14 lutego br. Google wprowadziło wymóg oznaczania produktów dostępnych w sklepach on-line numerem GTIN, który do tej pory kojarzył się głównie z kodami EAN i sprzedażą stacjonarną. Jako agencja content marketingowa dobrze wiemy, jak ważne w internecie są **precyzja opisu i wysoka pozycja w wyszukiwarce**. W handlu on-line przekłada się to wprost na **wyższą sprzedaż**. Jak można ją sobie zapewnić? Rozwiązaniem jest nowy standard opisu produktu – **GS1 SmartSearch**, który opiera się o rozwiązanie Schema.org stworzone przez Google” – mówi Ewa Guzek, senior project manager, Skivak.

„Przeprowadzone przez nas w Polsce badanie i jego efekt potwierdzają wyniki analiz dokonywanych przez GS1, np. we Francji. Działanie w globalnej organizacji oraz współpraca z Google pozwala nam oceniać **trendy i działania w branży e-commerce** z perspektywy wielu rynków, a to z kolei przynosi korzyści lokalnemu rynkowi sklepów internetowych w Polsce” – komentuje Magdalena Krasoń-Wałęsiak, Menedżer ds. e-commerce w GS1 Polska.

Cały raport na temat wdrożenia GS1 SmartSearch oraz szczegółowe dane projektu znajdują się tutaj: <https://www.gs1pl.org/archiwum/567-jak-zwiekszyc-sprzedaz-w-e-commerce>

###

GS1 Polska – Zarządza Systemem GS1 w Polsce. Jako jedyna upoważniona instytucja przyjmuje polskie firmy i instytucje do Systemu GS1 i nadaje im uprawnienia do stosowania kodów kreskowych GS1. Wspiera uczestników systemu w efektywnym wdrażaniu standardów GS1, stanowiących zbiór wielobranżowych rozwiązań i narzędzi identyfikacyjnych oraz komunikacyjnych. Opracowuje rozwiązania krajowe oraz bierze aktywny udział w rozwijaniu globalnych standardów i nowych zastosowań.

Więcej informacji www.gs1pl.org