

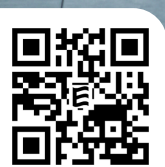
zette-sanomat

**Vieläkö joku lukee
paperilehtiä?**

**Digitaalinen tuotepassi;
muutos, joka koskettaa kaikkia**

Tuotetietoa kauppojen hyllyillä

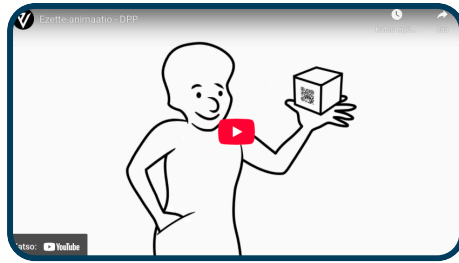
Viivakoodien uusi aikakausi



Ezette digijulkaisut aina mukanas

Esteetön julkaisualusta on käytössä kansainvälisesti e-lehdissä, ja se on laajennettu palvelemaan myös digitaalisia tuotepasseja, e-manuaaleja, e-vuosikertomuksia ja muita digijulkaisuja. Julkaisualusta on EU-suositusten mukainen, ja se on suunniteltu palvelemaan myös näkörajoitteisia käyttäjiä.

Avaa sisältö helposti skannaamalla QR-koodi puhelimella tai siirtymällä siihen verkkobannerin tai hyperlinkin kautta. Hyödynnä saavutettavuusominaisuudet, kuten tekstin suurennus, ääni ja muut digitaaliset mahdollisuudet.



Videostahan sen näkeekin kuinka helpoaa Digijulkaisuun siirtyminen on!

QR-koodien turvallisuus on meille tärkeää

1. QR-kodimme vievät vain virallisille ja suojatuille verkkosivuille
2. Kaikki linkit käyttävät salattua HTTPS-yhteyttä, joten tiedot ovat turvassa.
3. Kerromme aina selkeästi, mihin QR-koodi johtaa
4. QR-koodejamme seurataan ja ylläpidetään, eikä niitä voi muokata ulkopuolelta
5. Emme pyydä arkaluonteisia tietoja QR-koodien kautta

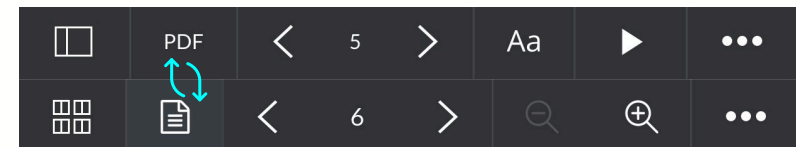


” Nyt sinulla on käsissäsi kaksi e-lehteä: hieman hölmö ja vaikealukuinen PDF ja selkeä helppolukuisempi Ezette-julkaisu. Kokeile ja vertaile lukukokemuksia vaihtelemalla PDF ja lukutilaa!

Skannaa QR-koodi tai klikkaa TÄSTÄ ja kokeile itse!



Digijulkaisun alareunassa on aina valikko, josta mm. pääsee vaihtamaan näkymää PDF-tilan ja Ezette-julkaisun välillä.



Lisää käyttöliittymän ominaisuuksista seuraavalla sivulla

Sisällys

- 2- Digijulkaisut aina mukanas
- 4- Käyttöliittymä ja lukukokemus
- 5- Ezette digijulkaisut
- 6-7 E-lehdet
- 8- Vieläkö joku lukee paperilehtiä?
- 9- CASE: Digitaalinen tuotepassi hyllypuhujassa
- 10- GS1 2D-koodi; Viivakoodien uusi aikakausi

KUN TARVITSET SEN MYÖS
PAINETTUNA.

Senhän sanoo jälkikin.



trinket.fi



Yhteystiedot

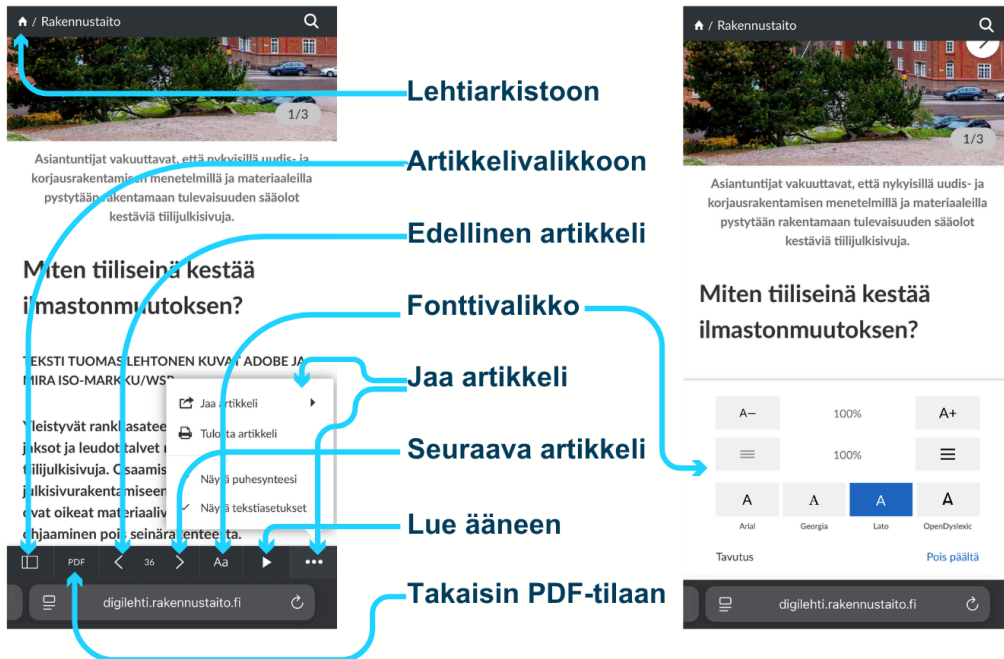
Ville Puskala
Myyntijohtaja
ville.puskala@ezette.com
+358 40 0494964

Jari Hyttinen
CEO
jari.hyttinen@ezette.com
+358 50 0577089

Milla Näppi
Digital Content Specialist
milla.nappi@ezette.com
+358 45 1114876

Käyttöliittymä ja lukukokemus

Ezetten lukukokemus päihittää normaalin PDF näköislehden lukemisen 6-0. Ezette vierittää tekstit näytön mukaisesti ja pitää ne aina helppolukuisena. Ei turhia vanhakantaisia PDF zoomailuja ja näkymän siirtämisiä tekstin mukana sivulta sivulle. Fontit ja fonttikoot saa mukautettua itselle sopivaan muotoon ja kokoon. Artikkelit pystyy myös kuuntelemaan ja niitä voi lisätä kuunteluun useita.



Lehtiarkistoon

Artikkelivalikkoon

Edellinen artikkeli

Fonttivalikko

Jaa artikkeli

Seuraava artikkeli

Lue ääneen


Takaisin PDF-tilaan

Skannaa QR-koodi tai klikkaa TÄSTÄ ja kokeile itse!



Ezette digijulkaisut

Ezette taipuu muuhunkin kuin vain e-lehtiin ja tässä onkin Ezetten kolme pääkategoriaa



Tuotepassit

Ezette digijulkaisut tarjoavat yrityksille EU esteettömyysnormeja noudattavan ratkaisun, jolla tuotteet saavat digitaalisen tuotekortin sekä uuden myynti- ja markkinointikanavan.

Skannaa puhelimella QR-koodi, joka avaa e-tuotepassin tai e-manuaalin suoraan puhelimella. Hyödynnä saavutettavuus ominaisuudet tekstin suurennus ja ääni sekä muut mahdollisuudet.



E-lehdet

Vanhanaikainen PDF-tiedosto on mobiililaitteella hankala lukea, sillä heti kun teksti on riittävän suurta, rivi on liian leveä ruudulle, mikä tarkoittaa zoomailua sisään ja ulos, ja sivulta sivulle. PDF:iin ei tietenkään voi myöskään lisätä multimediiasisältöä. Oli kyseessä perinteinen lehti, käsiohjelmat tai muu julkaisu.

Digijulkaisuihimme voi myös lisätä videoita, äänitiedostoja ja hyperlinkkejä suoraan esimerkiksi mainostajien ja tukijoiden sivuille tai verkkokauppoihin.

Ezette muuttaa järjestö- ja aikakauslehdet, käsiohjelmat ja oppaat digitaalisiksi julkaisuiksi, jotka avautuvat yhdellä QR-koodin skannauksella. Käyttäjät voivat lukea, suurentaa tai kuunnella sisältöä suoraan mobiililaitteellaan – helposti ja ekologisesti.




E-manuaalit

Paperinen ohjekirjanen menee helposti uuden laitteen laatikon mukana roskikseen, tai se on muuten vain hukassa, kun sitä tarvitaan. Samoin vanhanaikainen PDF-tiedosto verkossa on mobiililaitteella hankala lukea, sillä heti kun teksti on riittävän suurta, rivi on liian leveä ruudulle. Ja tietenkään mukaan ei saa videoita tai muita rikkaan median ominaisuuksia. Samoin muut kaupalliset elementit kuten ohjaukset verkkokauppoihin tai jakaminen sosiaalisen median kanaviin tai sähköposteihin puuttuvat.



E-lehdet saavat lisää lukijoita

Digitaalinen lukeminen on kasvaa joka vuosi. Painetun lehden lukemisen jatkaa laskuaan. Kansallisen mediatutkimuksen (KMT) tuoreimman, vuoden 2025 tutkimusten mukaan 71 % prosenttia vastaajista lukee lehtien digisisältöä enimmäkseen puhelimesta, alle 35-vuotiaista näin tekee peräti 88 %. Kun lehti luetaan mobiililaitteelta, digilehtien ominaisuudet pannaan puntariin: pieni näyttö ja suuri lehti tarkoittaa väistämättä jatkuvaa zoomailua ja näytön vieritystä, ellei käytössä ole verkkoselaamiseen varta vasten suunniteltu digilehti tai sovellus, kuten Ezetten e-lehti.

Yli puolet vastaajista lukee sanomalehtien verkkosivuja tai sovelluksia useita kertoja päivässä, 35-55 -vuotiaista yli 60 % lukee niitä useita kertoja päivässä. Lähes kolme neljästä lukee yleensä monta artikkelia kerrallaan. Voi olettaa, että lehden parissa vietetään enemmän aikaa, jos lukukokemus on kunnossa. Verkon merkitystä ei voi aliarvioida: yli puolet (51 %) päätyy lehtien verkkosivuille sosiaalisen median tai muiden linkkien kautta, näin etenkin alle 45-vuotiaat naiset, joista kaksi kolmesta tekee näin.

Kun digitaalinen lukeminen on arkea jo lähes kahdelle kolmesta, e-lehdellä ja alustan mahdollistamalla lukukokemuksella on väliä. Digilehtien suosio kasvaa epäilemättä myös siksi, että paino- ja jakelukustannukset ovat jatkaneet nousuaan. Jos neljä kertaa vuodessa julkaisevan pienehkön lehden jakelu ja painattaminen ylittää jo 100 000 euroa, muutaman tuhannen euron panostaminen laadukkaaseen digilehtialustaan alkaa houkutella yhä useampia. Säästöä syntyy kun osa painetun lehden lukijoista siirtyy kokonaan digilehden pariin – painettu lehti ja digilehti tulevat mainiosti toimeen keskenään! Lukijat osaavat vaatia lehdistä kiinnostavaa sisältöä. Nykylukija vaatii sisällön lisäksi myös yhä parempaa lukukokemusta, muuten sitoutuminen koko lehteen jää heikoksi.

Meidän vastauksemme lukijoiden vaatimuksiin – ja EU:n lainsäädännön verkkomedian saavutettavuushaasteisiin – on Ezette. Ezetten käyttämän alustan on valinnut e-lehdekseen Ruotsin jokainen suuri päivälehti. Ezette sopii niin pienille paikallisille lehdille, kuin kansainvälisille lehtijäteille!

Käyttökohteita

Järjestö- ja aikakauslehdet

Tavoita lukijat ilman painokuluja. Jäsenlehdet ja aikakausjulkaisut päivittyvät verkkoon reaaliajassa, ja ne ovat aina kaikkien saavutettavissa.

Käsiohjelmat

Tapahtumien ja esitysten ohjelmat digitaalisessa muodossa. Päivitykset näkyvät heti ilman uusien painosten tarvetta, ja käyttäjä voi avata ohjelman helposti omasta puhelimestaan.

Oppaat ja ohjekirjat

Tarjoa ohjeet ja materiaalit QR-koodilla – helposti jaettavina, aina ajantasaisina ja saavutettavina myös erityisryhmille.



Skannaa QR-koodi tai
klikkaa TÄSTÄ ja
tutustu!



Hyödyt



Saavutettavuus

Suurennus ja ääniominaisuudet tekevät sisällöstä helpokäyttöisen jokaiselle lukijalle.



Kustannustehokkuus

Säästät paino- ja jakelukuluissa, kun julkaisut ovat digitaalisia ja päivitettävissä milloin tahansa.

Helppo jakelu

QR-koodin avulla julkaisut löytyvät välittömästi ilman kirjautumista tai sovellusten lataamista.



Interaktiivisuus

Lisää julkaisuun linkkejä, videoita ja muita digitaalisia elementtejä, jotka rikastavat lukukokemusta.



Näin helppoa e-lehden ja e-manuaalin tuotanto asiakkaalle on

Sopimuksen teko



Sopimuksen jälkeen asiakkaalle halutessa luodaan oma domain, joka toimii myös arkistona. Domainin luonti on kertaluontoinen toimenpide ja vie 2 päivää.

Painovalmiin PDF lähettäminen ezette@ezette.com



Sisältää mm. hyperlinkit mainoksissa, kuvat, GIFit ja haluttujen videoiden upotuslinkit.

PDF-prosessointi Ezette-muotoon



Julkaisu tarkastetaan ja varmistetaan, että kaikki toimii ja rakenne on selkeä.

Erikseen sovittaessa:

- halutut oikaisut
- lisäyksiä sisältöön
- erillisiä lisämainoksia

E-julkaisu on valmis. Linkki lähetetään asiakkaalle.



Valmiin PDF saamisesta valmiiseen julkaisuun 2-4 arkipäivää.

Autamme asiakasta prosessin kaikissa vaiheissa.

Vieläkö joku lukee paperilehtiä?

Olet ottanut valokuvan Hesarin jutusta ja jakanut sen sosiaalisessa mediassa seuraajillesi, usein ironisen kommentin kanssa, joskus innostuksen vallassa. Haluat jakaa inspiraatiotasi muillekin! Innostustasi laimentaa vähemmän innostunut kaverisi, jonka kommentti ei liity itse aiheeseen millään tavalla, vaan kiinnittää huomionsa käyttämäsi mediaan. Vieläkö joku lukee paperilehtiä?

Antiikkiselle lukutavalle ja luonnonvarojen tuhlaukselle paperilehdelle on tietysti helppo nauraa, mutta moinen kysymys ei onnistu ainakaan minua provosoimaan. Kotiin kannettu lehti on kunnollisuutta! Kuppi kahvia ja painettu lehti pöydällä on paras lukukokemus, ylivoimaisesti!

”Luekeko digilehtiä kukaan?”

On oikeastaan ihme, että painettuja lehtiä lukee edelleen niin moni, minäkin. Pelkästään se, että artikkeleita ei voi jakaa sosiaaliseen mediaan, on vain yksi esimerkki siitä, miten painettu lehti tuntuu vanhanaikaiselta. Digilehdeltä jakaminen käy käden käänteessä.

Ehkä haluat jakaa jutun jostain viime viikon numerosta (vai oliko se viime kuun lehti ja mikä lehti se oikeastaan olikaan)? Ehkä oletkin tekemässä gradua ja haluat laskea jonkun hakusanan osumia tai juttujen määriä eri lehdistä. Tämä ei painetun lehden maailmassa ole mielekästä hommaa, mutta digilehdistä tietoja voi hakea helposti. Luettu paperilehti on jätettä. Eteisen kaappi sen sijaan ei täyty luetuista digilehdistä, eikä niitä tarvitse raahata paperinkeräykseen. E-lehdessä ei ole painomustetta, joka sotkee sormet ja pöytälinat. Lisäksi digilehden lukeminen ruuhkajunassa tai lounasravintolan pimeässä nurkkapöydässä on lastenleikkiä. Kaikesta huolimatta paperilehti on edelleen kuningas ja digilehti vain kruununprinssi! Miksi?

– Koska yleensä digilehdellä viitataan alkeellisimpaan malliin, PDF-näköislehteen. Moisen lehden lukukokemus ei yllä painetun lehden tasolle, ainakaan jos printtilehden voi lukea hyvässä valossa pöydän äärellä kaikessa rauhassa.

On digilehtiä ja digilehtiä

Suomessa todennäköisesti yleisin digilehti on painetun lehden digitaalinen näköislehti, PDF-tiedosto, joka avautuu mobiililaitteen selaimeen. Ei siis ihme, että puhelimelta tai tabletilta luettu ”e-lehti” ei sytytä lukijoita. Kukapa haluaisi zoomata ja vierittää tekstiä näytöllä loputtomasti.

Yksinkertaisimmillaan tämä e-lehti ei oikeastaan ole lehti lainkaan, vaan rypäs valokuvia lehden jokaiselta sivulta, ilman linkkejä, ilman hakutoimintoja – pelkkä sarja valokuvia jokaisesta sivusta, kannesta kanteen.

Astetta kehittyneemmässä versiossa lehden kannet ja jokaisen aukeaman pystyy näkemään yhdellä silmäyksellä, mikä auttaa navigoinnissa. Tärkeä ominaisuus! Sivun kääntäminenkin on ehkä animoitu muistuttamaan painetun lehden fyysistä maailmaa.

Näiden digilehtien mainoskuvat toistuvat painetun lehden näköisinä, ei yhtään vähempää. Valitettavan harvoin ei yhtään enempääkään: kun klikkaat mainosta digilehden sivulla, mitään tapahdu, jos linkkejä ei kuvaan ole lisätty.

Huonoimmillaan digilehden artikkeleita ei voi jakaa, ellei turvaudu kuvakaappaukseen. Tekstistä ei voi hakea otsikoita tai sanoja, jos tekstiä ei ole. On vain kuvaa tekstistä. Linkit infolaatikoihin, mainostajan sivuille tai syventäviin juttuihin puuttuvat kokonaan. A4-kokoisen kuvakoelman lukeminen varsinkin mobiililaitteella on surkeaa.

Onneksi on digilehtiä, jotka toimivat monella tavalla hyvin. Lukija kiittää, kun voi navigoida lehden kannesta kanteen PDF-sivujen tai aukeamien näkymässä ja klikata artikkelit lukutilaan.

Lukutilassa tekstin rivitystä ja fontteja pääsee säätämään mielusekseen, jopa lukihäiriöisille on valittavissa juuri heidän kohderyhmän lukemista helpottamaan suunniteltu fontti. Zoomausta ja loputonta edestakaisin vierittelyä ei tarvita. Mainostajan sivut ja verkkokauppa ovat klikkauksen päässä. Jaat haluamasi artikkelin somekanaviin parilla klikkauksella. Voit lukemisen sijasta myös kuunnella artikkelin.

Tällaisen lukukokemuksen tarjoaa Ezette, saavutettavuudeltaan ja luettavuudeltaan erinomainen digilehti.

Lue artikkeli loppuun skannaamalla tai klikkaamalla tästä



CASE: Digitaalinen tuotepassi hyllypuhujissa, havainnot pienpanimo- ja kauppapilotista

Syystalvella 2025 toteutettiin Digitaalinen tuotepassi (DPP) -pilotti neljän suomalaisen pienpanimon ja kahden K-Citymarketin yhteistyönä. Pilotin tavoitteena oli tarkastella, miten DPP toimii käytännössä kauppaympäristössä ja millä tavoin kuluttajat hyödyntävät QR-koodiin perustuvaa tuotekohtaista lisäsisältöä ostopäätöksen yhteydessä.

Noin 2,5 kuukauden mittainen kampanja toteutettiin osana normaalia kauppa-arkea. Digitaaliset tuotepassit olivat esillä kauppojen oluthyllyissä kunkin oluen kohdalla hyllypuhujissa, joissa oli näkyvästi esillä oluen nimi, panimon logo sekä QR-koodi. Ratkaisu oli osa tavanomaista hyllyrakennetta eikä sisältänyt hintakampanjoita tai poikkeuksellisia esillepanoja, mikä mahdollisti DPP:n tarkastelun aidossa ostoympäristössä. Pilotissa mukana olivat Salama Brewing, Mallaskosken Panimo, Fat Lizard Brewing sekä Tornion Panimo. Kauppaympäristöinä toimivat K-Citymarket Järvenpää ja K-Citymarket Länsikeskus. DPP avautui QR-koodin kautta ja sisälsi tuotekohtaista tietoa sekä lisäsisältöä, jota kuluttaja pystyi tarkastelemaan omalla mobiililaitteellaan hyllyn äärellä. Käytössä oli EU:n saavutettavuussuosituksen mukainen Ezette-teknologia, joka huomioi myös näkörajoitteiset käyttäjät.

Kaupan näkökulmasta digitaalinen tuotepassi toimi lisäelementtinä olemassa olevassa hyllyrakenteessa. Hyllypuhujat yhdistivät visuaalisesti tuotteen, panimon ja DPP:n yhdeksi kokonaisuudeksi. Toteutus ei edellyttänyt muutoksia hinnoitteluun, kassajärjestelmiin tai logistiikkaan eikä aiheuttanut lisätyötä henkilöstölle. Digitaalinen tuotepassi tarjosi kuluttajalle mahdollisuuden perehtyä tuotteeseen tarkemmin silloin, kun hän pysähtyi vertailemaan vaihtoehtoja oluthyllyllä.

Pienpanimoiden näkökulmasta digitaalinen tuotepassi tarjosi keinon esittää tuotekohtaista lisäsisältöä tilassa, jossa perinteisesti viestintä on rajallista. Etikettiin mahtuvan informaation lisäksi panimot pystyivät tarjoamaan taustatietoa ja kontekstia tuotteilleen DPP:n kautta. Digitaalinen tuotepassi ei ollut erillinen markkinointikampanja, vaan osa tuotteen esilläoloa, mikä vaikutti siihen, miten kuluttajat siihen suhtautuivat.

Kampanjan aikana QR-koodien skannausmäärät osoittivat, että kuluttajat hyödynsivät DPP:tä ostopaikan yhteydessä. Fat Lizard Brewingin Fat Lite -oluen digitaalista tuotepassia skannattiin kampanjan aikana yhteensä 692 kertaa. Tulos selittyy osaltaan sillä, että Fat Lizard Brewingin tapauksessa sama QR-koodi oli mukana myös itse oluen tuotepakkauksessa, mikä mahdollisti DPP:n käytön myös ostopaikan ulkopuolella ja vaikutti kokonaislukemiin. Mallaskosken Panimon Please Holg AF Lager -oluen DPP keräsi 112 skannausta ja Salama Brewingin DPP 106 skannausta. Tornion Panimon Lapland Original Lager -oluen DPP:tä skannattiin 137 kertaa ja Arctic IPA -oluen DPP:tä 151 kertaa.

Kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta digitaalinen tuotepassi näyttäytyi osana laajempaa kehitystä, jossa mobiililaitetta käytetään tiedonhakuun myös fyysisessä kauppaympäristössä. Skannaukset tapahtuivat pääosin ostopaikalla, mikä viittaa siihen, että DPP toimi päätöksenteon tukena juuri valintahetkellä eikä vasta ostoksen jälkeen.

Keskeinen ero perinteisiin hyllymateriaaleihin verrattuna on digitaalisen tuotepassin tuottama mittaustieto. Skannausdata tarjoaa panimoille ja kaupalle konkreettista tietoa kuluttajien kiinnostuksesta ja DPP:n käytöstä, mikä tukee jatkokehitystä ja päätöksentekoa.



Lue artikkeli loppuun skannaamalla tai klikkaamalla tästä



GS1 2D-koodi; viivakoodien uusi aikakausi

Jos EAN-viivakoodi olisi henkilö, se olisi vähän kuin vanha ystävä, joka on ollut mukana jo niin pitkään, ettei sen olemassaoloa edes huomaa. Se toimii, se piippaa, ja sillä mennään.

Mutta samalla kaikki ympärillä on muuttunut: tuotteilta odotetaan enemmän tietoa, enemmän läpinäkyvyyttä ja enemmän digitaalisuutta. Ja siihen EAN ei enää yksin taivu.

Tähän maailmaan syntyi GS1 2D-koodi.

Se näyttää QR-koodilta, mutta on oikeasti paljon fiksumpi. Se yhdistää yhdellä symbolilla markkinoinnin, tuotetiedon ja koko toimitusketjun tarpeet — ja se toimii sekä puhelimella että kassapäätteellä. Eli ei enää kahta koodia vierekkäin. Yksi riittää.

GS1 2D-koodiin mahtuu paljon enemmän dataa kuin perinteiseen viivakoodiin. Siihen voi laittaa esimerkiksi erätiedot, päiväykset, sarjanumeron ja tarvittaessa linkin verkkosisältöihin. Sen avulla pakkauksesta saa paljon enemmän irti ilman, että siihen tarvitsee tunkea enää yhtään enempiä tekstiä.

Ja miksi tämä on ajankohtaista?

Koska EU:n tulevat vaatimukset — kuten digitaalinen tuotepassi — lisäävät tuotteisiin liittyvän tiedon määrää reippaasti. Kaikkea ei kertakaikkiaan voi enää painaa pakkaukseen. Jonkun pitää kuljettaa tieto digiin, ja GS1 2D-koodi tekee sen luonnollisesti.

Ajattele sitä vähän kuin tuotteesi porttina verkossa olevaan "aivoihin": ohjeisiin, vastuullisuusdataan, resepteihin, kierrätysvinkkeihin, kampanjoihin... ja siihen EU:n vaatimaan tuotepassiin, joka päivittyy aina ajantasaiseksi. Ei enää painettujen ohjeiden ja pdf-liitteiden kanssa tuskailua.

Kun vertaa GS1 2D-koodia tavalliseen QR-koodiin, ero on sama kuin kotitekoisen kartan ja Google Mapsin välillä. Perus-QR vie yhteen paikkaan, GS1 2D-koodi voi ohjata tilanteen mukaan eri sisältöihin — ja vieläpä niin, että kassapäätteekin ymmärtävät sen.

Se toimii kaupassa, verkossa ja toimitusketjussa. Ja standardin ansiosta ihan kaikkialla, ilman säätöä.

Yrityksille käyttöönotto ei ole mikään massiivinen remontti. Jos GS1-yritystunniste on jo käytössä EAN-koodeja varten, sama tunniste toimii myös GS1 2D-koodeissa. Ei uusia maksuja, ei lisenssirumbaa. Vain vähän uuden opettelua — ja paljon uusia mahdollisuuksia.

Markkinoinnin puolella tämä on oikea aarre.

Pakkaus muuttuu pieneksi digitaaliseksi kanavaksi: koodi voi ohjata käyttöohjeisiin, videoihin, kampanjoihin, somesisältöihin, tuotteen tarinaan tai vaikka resepteihin. Ja mikä parasta — sisältöä voi vaihtaa milloin tahansa. Sinun ei tarvitse painattaa uusia pakkauksia vain koska kampanja vaihtui tai ohjeeseen tuli muutos.

Yrityksen sisällä GS1 2D-koodi auttaa kokoamaan tuotetiedot yhteen paikkaan. Sama tieto palvelee logistiikkaa, asiakaspalvelua, viranomaisia ja kuluttajaa. Se tekee arjesta selkeämpää ja auttaa pysymään mukana digitalisaation vauhdissa — aina EU:n tuotepassivaatimuksiin asti.

Elintarvikkeissa koodi helpottaa päiväys- ja erätietojen hallintaa, hinnoittelua ja takaisinvetojen estämistä. Käyttötavaroissa mukaan voi upottaa sarjanumeron, joka auttaa seuraamaan tuotteen matkaa tai tunnistamaan väärennökset. Ja vientiyrityksille yksi ja sama koodi toimii eri maissa, eri kielillä ja eri kampanjoissa. Aika kätevää.

Käyttöönoton voi aloittaa matalalla kynnyksellä: mieti vain, mihin sisältöihin haluat ohjata kuluttajat. Kun haluat laajentaa, mukaan saa myös erätiedot, päiväykset ja muuta automaatiota. Tämä on pitkä siirtymä, ja maailmalla mennään jo kovaa, joten on järkevää olla hereillä. Tavoite on, että vuonna 2027 kaikki kassapäätteet osaavat lukea GS1 2D-koodeja. Siihen asti voi käyttää EANia ja 2D:tä rinnakkain.

Loppujen lopuksi GS1 2D-koodi ei ole vain "uusi viivakoodi".

Se on tapa tuoda tuote nykypäivään — ja tulevaisuuteen.

Se yhdistää markkinoinnin, tuotetiedon, toimitusketjun, vastuullisuuden ja EU:n tulevat vaatimukset yhdeksi symboliksi. Ja juuri tätä kohti maailma kulkee... aina EU-tason tuotepassivaatimuksiin asti, kuten esimerkiksi Ezette digitaaliset tuotepassit tekevät jo tänä päivänä.



Valmiista materiaaleista ja PDF tiedostoista nykyaikainen tarpeiden mukainen Ezette-julkaisu



Sisällön konsultointi mahdollisuus ja tekninen tuki apunasi



Toimii kaikilla laitteilla ja julkaisut saa ladattua offline käyttöä varten



Teksti kuunneltavissa ja fonttikoko muokattavissa omiin tarpeisiin sopivaksi



PARVUS VULPES

Haussa WordPress-ammattilainen?

Parvus toteuttaa vaativimmatkin WordPress-projektit, auttaa ratkaisemaan tekniset haasteet ja rakentaa tarvittavat integraatiot. Toimimme kumppanina suunnittelusta toteutukseen ja huolehdimme jatkossakin.

- Vaativat sivustot ja verkkokaupat
- Tilaus- ja julkaisujärjestelmät lehdille
- Integraatiot ja muut kustomoinnit
- Sivustojen ylläpito ja jatkokehitys

Parvus – Meiltä ei lopu osaaminen kesken