GS1 Nederland

GS1 PARTNER CASE

North en Mystic versterken band met kitesurfers door QR-code van GS1

Wereldwijde watersportmerken zetten, samen met partner Tappr, compliance om in concurrentievoordeel door QR-code voor Digital Product Passports



UITDAGING

North Actionsports Group (NAG) zocht een oplossing om watersportproducten te koppelen aan consumenten, zodat bij de vondst van een aangespoelde board of kite snel de eigenaar kan worden opgespoord.

OPLOSSING

Met ondersteuning van Tappr (GS1 Partner) heeft NAG elk individueel product van de merken North en Mystic voorzien van een unieke QR-code, gekoppeld aan een digitaal productpaspoort. Door deze code te scannen kunnen kitesurfers zich online registreren, extra garantie ontvangen en nog veel meer voordelen genieten.

VOORDELEN

NAG heeft nu contact met consumenten die voorheen onzichtbaar bleven. Dat levert waardevolle input voor productontwikkeling op en genereert extra omzetkansen. Tegelijkertijd heeft NAG alles klaar staan om op tijd te voldoen aan de verplichtingen omtrent het digitale productpaspoort voor textiel- en kledingmerken.

De North Actionsports Group (NAG) zet de QR Code powered by GS1 in combinatie met het Digital Product Passport in om consumenten een volledige online experience omtrent de merken North en Mystic te bieden. Kitesurfers, windsurfers en wingfoilers kunnen de QR-code onder meer inzetten om zoekgeraakte boards terug te krijgen en zich aan te melden voor Club North. Ondertussen heeft NAG alles klaarstaan om te voldoen aan nieuwe wet- en regelgeving.



North is al decennia lang een toonaangevend merk in de zeilsport. Grondlegger is Lowell North, een olympisch zeilkampioen die in 1957 besloot om zijn kennis als luchtvaartingenieur in te zetten voor het ontwerp van betere wedstrijdzeilen. Met groot succes. Zestig jaar later is de North Technology Group uitgegroeid tot een wereldwijd opererend bedrijf met uiteenlopende producten en diensten op het gebied van zeilsport.

NAG is het dochterbedrijf dat wordt gevormd door pioniers in kitesurfing en windsurfing. Vanuit het hoofdkantoor in Katwijk maakten zij naam met de Warrior, een oorspronkelijk voor windsurfers ontworpen harnas dat zij hebben aangepast aan de behoeften van kitesurfers. Inmiddels beschikt NAG over een breed productportfolio, van kites en boards tot wetsuits en natuurlijk wings, de nieuwste rage onder watersporters. Sinds 2019 maakt ook Mystic onderdeel uit van NAG. Het in Nederland geboren merk maakte naam met de Warrior, een oorspronkelijk voor windsurfers ontworpen harnas dat werd aangepast aan de behoeften van kitesurfers. NAG is het moederbedrijf van verschillende pioniers in de kite- en windsurfsport en is gevestigd in Katwijk. Inmiddels beschikt NAG over een breed productportfolio, van kites en boards tot wetsuits en natuurlijk wings: de nieuwste rage onder watersporters.

LEVENSREDDENDE QR-CODE

NAG kwam op het spoor van GS1 Digital Link toen het een oplossing zocht om boards en kites te koppelen aan hun eigenaren. Kitesurfen is immers een extreme sport, die liefhebbers het liefst pas bedrijven als het op het strand windkracht acht of hoger is. Met als mogelijk gevolg dat kitesurfers door de hoge golven in problemen raken en hulp nodig hebben. Daarom rukt de reddingsbrigade met man en macht uit op het moment dat een board of kite in het water wordt aangetroffen.

Om onnodig uitrukken te voorkomen, is het zinvol als de reddingsbrigade eerst contact met de eigenaar kan leggen. Kitesurfers kunnen een label met contactgegevens op hun board plakken, maar die blijft doorgaans niet lang zitten. In de zoektocht naar een duurzamere oplossing, kwam NAG in contact met Tappr. Hun oplossing: de QR-code van GS1, die de komende jaren de barcode op alle consumentenproducten gaat vervangen. Door elk individueel product een eigen QR-code te geven, kan die worden gekoppeld aan de contactgegevens van de eigenaar. Op deze manier kan een QR-code daadwerkelijk mensenlevens redden.

> *Met toepassingen als Lost & Found en Club North zijn we erin geslaagd om richting consumenten een heel mooi samenhangend verhaal te maken dat echt aanslaat. En waarmee we ook extra omzet kunnen genereren.*
>
> **REINIER KUIJT**
> **Projectmanager bij**
> **North Actionsports Group**

MERKEN VERSTERKEN MET HET DPP

De QR-code van GS1 is maar een klein deel van de oplossing. Deze code bevat niet alleen de standaard artikelcode (GTIN) en het serienummer van het product, maar ook de GS1 Digital Link die is gekoppeld aan het DPP. Door Europese wet- en regelgeving is NAG verplicht om het DPP te gebruiken voor het delen van relevante productdata met andere partijen in de keten, zoals informatie over de herkomst, CO2-voetafdruk en recycling van de gebruikte materialen.

NAG besloot om de implementatie niet te beginnen met de wettelijke verplichtingen, maar met use cases die de merken North en Mystic versterken. Het DPP is bij uitstek het instrument om tijdens de hele levensduur van een product in contact te blijven met de consument. Elke keer als hij of zij de QR-code scant en het DPP opent, ontstaat een nieuw contactmoment. Ook als die consument zijn board in een surfshop of van een andere surfer heeft gekocht. Tot nu toe bleven deze consumenten onzichtbaar voor NAG.

LIDMAATSCHAP VAN CLUB NORTH

De eerste use case is Lost & Found. Iedereen die een board van North op het strand of op het vliegveld vindt, kan de QR-code scannen om contact met de eigenaar te leggen. Dit is ook de functie die de reddingsbrigade kan gebruiken om onderzoek in te stellen voordat ze uitrukken.

De tweede use case betreft Club North, het loyalty-programma van NAG. Consumenten kunnen zich via de QR-code registreren als lid van Club North en daarmee allerlei voordelen verkrijgen. Zo ontvangen clubleden extra garantie op hun product en krijgen ze exclusieve pre-order én free-shipping. En als een board het einde van zijn levensduur nadert, kan NAG de clubleden attenderen op de risico's.

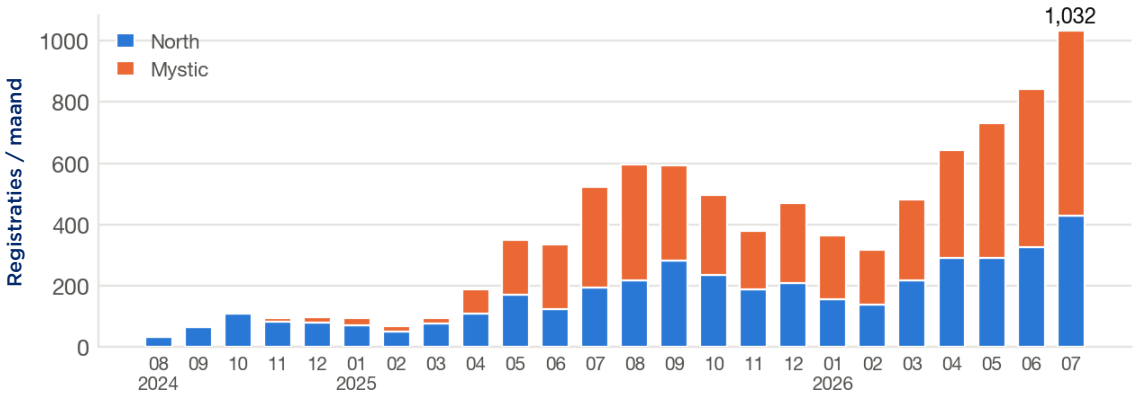
Club North levert waardevolle informatie op die NAG gebruikt om de productkwaliteit te verbeteren. Als clubleden steeds weer dezelfde klacht indienen over een product, kan dat aanleiding zijn om een onderzoek in te stellen. Als de oorzaak een productiefout in een bepaalde batch is, kan NAG andere consumenten met de juiste serienummers waarschuwen en eventueel compensatie aanbieden. Ook heeft NAG nu de mogelijkheid om wedstrijdsurfers or retailers een nieuw product te laten testen. Zij kunnen na het scannen van de QR-code eenvoudig hun ervaringen delen en eventueel foto's meesturen. Die informatie belandt direct bij de R&D-afdeling van North.

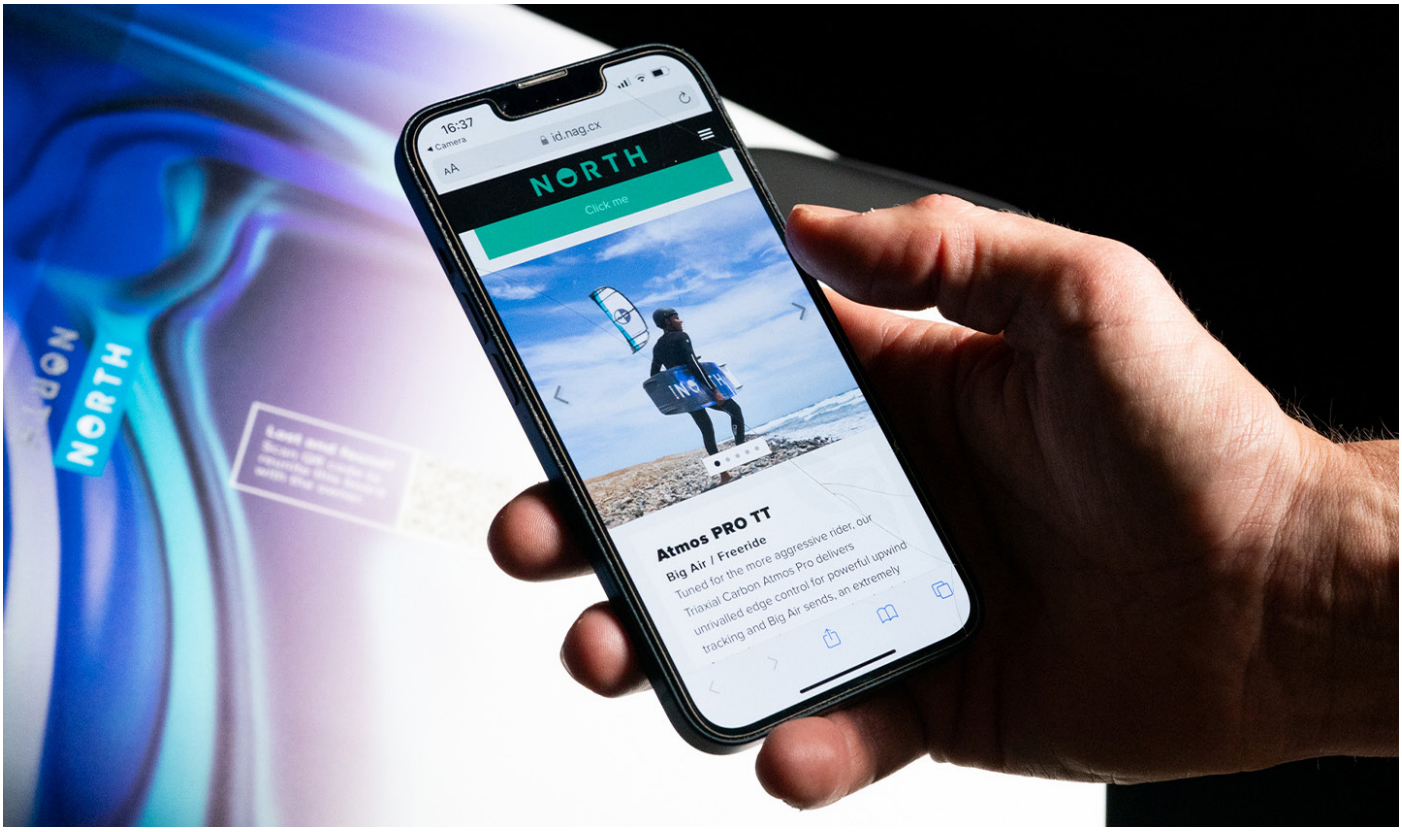
LASERGRAVEREN IN HET BOARD

Een grote uitdaging was het aanbrengen van de QR-code op producten zoals boards, kites en harnassen. Hoe groot moet je die plaatsen? En hoe zorg je ervoor dat die tijdens de hele levensduur scanbaar blijft, ondanks de invloeden van zout water en UV-licht? Voor boards heeft NAG de oplossing na veel testen gevonden in lasergraveren, waarbij de code met een laser in de board wordt gebrand. Door daarover verschillende beschermlagen aan te brengen, waaronder een epoxylaag, kan de code ook onder extreme omstandigheden niet vervagen of beschadigd raken.

Daarvoor heeft NAG wel de hulp van Tappr nodig gehad. Omdat de resolutie van lasergraveermachines beperkt is, zit er een maximum aan de modules van de QR-code en dus ook aan de hoeveelheid informatie die daarin kanworden vastgelegd. Door voor NAG een speciale GS1 Resolver aan te maken, is Tappr erin geslaagd om de GS1 Digital Link aanzienlijk te verkorten en daarmee de hoeveelheid informatie te reduceren. Bijkomend voordeel: een kortere link vergroot ook de kans dat een beschadigde code toch nog bruikbaar is. In het geval van NAG is de QR-code zelfs nog te scannen als dertig procent van de modules is weggevallen.

Registraties per maand, per merk





BETERE CONNECTIE MET CONSUMENTEN

Tappr heeft als GS1 Partner een cruciale rol vervuld tijdens het hele traject. Het in 2021 opgerichte bedrijf heeft zich toegelegd op het ontwikkelen van DPP's. Niet alleen om bedrijven te helpen om aan wet- en regelgeving te voldoen, maar juist ook om de connectie tussen merken en consumenten te versterken. Ook in het geval van NAG is de inbreng van Tappr doorslaggevend geweest bij de ontwikkeling van use cases waarmee de merken North en Mystic zich in de markt onderscheiden.

Minstens zo belangrijk is het digitale platform van Tappr, dat de klantreis van begin tot eind faciliteert - vanaf het moment dat iemand in een surfshop de QR-code scant om meer over een product te weten te komen tot het moment dat iemand op het strand een board vindt en terugbezorgt bij de eigenaar. Via dit platform kan NAG steeds weer nieuwe use cases implementeren, waarbij de GS1 Resolver wordt gebruikt om elke gebruiker naar zijn eigen omgeving te sturen.

> *Leveranciers zijn over het algemeen best bereid om data te delen, alleen wordt hen dat vaak heel moeilijk gemaakt. Met ons platform, geholpen door de standaarden van GS1, maken wij het voor leveranciers zo frictieloos mogelijk.*
>
> **BAS VAN DER POL**
> **Oprichter van Tappr**

BELANGRIJKSTE RESULTATEN

Drie jaar na de start is NAG erin geslaagd om alle producten van het merk North van een permanente QR-code te voorzien. Die wordt echt gescand, blijkt uit het dashboard dat Tappr voor NAG heeft ontwikkeld. In productgroepen als boards en kites wordt een op de drie North-producten daadwerkelijk geregistreerd. Het totale aantal registraties loopt drie jaar na de start inmiddels in de duizenden. Daaronder zitten enkele grote fans: Meer dan honderd Club North-leden hebben vijf of meer producten geregistreerd in hun 'digitale locker room'. Eén lid heeft zelfs 27 producten in huis. Ook de functie Lost & Found heeft zijn waarde bewezen. Sinds de start zijn bijna honderd boards gevonden op de stranden van onder meer Europa, Verenigde Staten, Brazilië, Australië, Maleisië en Filipijnen.

VOLGENDE STAP

De volgende stap is het ophalen van de productdata die NAG verplicht moet opnemen in het DPP. De start is met de producten van het lifestylemerk Mystic, dat volgens de EU-wetgeving als eerste aan de beurt is. Via het platform van Tappr krijgen alle leveranciers en de leveranciers van de leveranciers een uitnodiging met een link naar het platform, waar ze de benodigde data kunnen invullen. Vervolgens worden alle data automatisch gevalideerd, gecombineerd en toegevoegd aan het juiste DPP.

Door het proces zoveel mogelijk te digitaliseren en automatiseren heeft Tappr het aanleveren van productdata zo gemakkelijk mogelijk gemaakt. Dat zorgt ervoor - samen met de langetermijnrelaties die NAG met leveranciers onderhoudt - dat de bereidheid om de datavelden in te vullen bovengemiddeld groot is.

NAG kijkt met grote voldoening terug op het traject en de daarin gemaakte keuzes. Met toepassingen als Lost & Found en Club North slaagt het bedrijf er steeds beter in om consumenten aan zich te binden, wat uiteindelijk resulteert in extra omzet. Bijkomend voordeel is dat alles in de steigers staat om te voldoen aan de wet- en regelgeving van de Europese Unie.

NORTH ACTIONSPORTS GROUP

tappr

GS1 Nederland

OVER NORTH ACTIONSPORTS GROUP

De North Actionsports Group (NAG), met hoofdkantoor in Nederland, biedt toonaangevende producten voor kiteboarden, windsurfen, wingfoilen, foilen, wakeboarden en surfen. De merken van NAG - Mystic, North Kiteboarding, North Foils en North Windsurfing - verleggen de grenzen en verrijken de ervaringen van watersporters, waarbij innovatie, technologie en toegankelijkheid centraal staan. We hebben diverse prijzen gewonnen; zo is Mystic al tien jaar op rij uitgeroepen tot het beste merk voor kitesurfaccessoires.
NAG maakt deel uit van de North Technology Group, een diverse groep van bedrijven die wereldwijd actief is in de maritieme en productiesector.
De productontwikkeling en het merkbeheer van North Kiteboarding & Foils zijn gevestigd in Katwijk, terwijl de bedrijfsvoering en verkoop plaatsvinden vanuit het hoofdkantoor van NAG.

OVER TAPPR

Tappr heeft een duidelijke missie: compliance omzetten in concurrentievoordeel en merken helpen om het volledige potentieel van digital product passports te benutten. Door productinformatie toegankelijk te maken, de circulaire economie te omarmen en contact te leggen met consumenten, stellen we merken in staat om succesvol te zijn. Het team van Tappr, opgericht in 2021 en gevestigd in Rotterdam en Warschau, combineert technische expertise met ervaring in de sector. Dankzij deze unieke combinatie is het team in staat om een oplossing bieden die niet alleen baanbrekend is, maar ook diep geworteld in de praktische realiteit van de sector.

OVER GS1

GS1 Nederland viert haar 50-jarig jubileum als toonaangevende en neutrale partner voor productdata. Wat begon met de introductie van de barcode, is uitgegroeid tot een stevige basis voor bedrijven om productdata betrouwbaar te delen en efficiënter, transparanter en duurzamer samen te werken. Vandaag zet GS1 samen met bedrijven de volgende stap: van de traditionele barcode naar de QR Code powered by GS1. Daarmee ondersteunt GS1 organisaties om toekomstbestendig te werken en succesvol te ondernemen, nu en in de toekomst.

GS1 Nederland

Meer weten? Neem contact op via info@gs1.nl of bel 020 511 38 88.
Wij helpen je graag verder!