Korrekte stamdata og donationer går hånd i hånd hos Orkla Confectionery & Snacks Danmark

*Forkerte informationer spredes desværre ligeså hurtigt som rigtige, så hos Orkla i Søndersø er stamdata en sag, der tages alvorligt. Også selvom Orklas snackprodukter er til, når man er ”sulten for sjov”.*

Hvem er Kim?

KiMs-brandet kender alle danskere vist, især fra chips-produkter, men på det seneste også fra lækkerier der kombinerer nødder med chokolade. ”Det har vist sig som en naturlig udbygning af vores produktkatalog”, fortæller June-Nell Johansen, Intern Salgschef i Orkla Confectionery & Snacks Danmark, som KiMs-brandet hører under.

Og lad os fra starten tage den med navnet: ”Ingen ved præcis hvor navnet KiMs kommer fra, andet end at ”s”’et blev tilføjet, da det viste sig, at der allerede var et tysk cigaretmærke med det navn. Hvorom alting er, har det været et succesfuldt navn, som har sat sig fast”, forklarer June-Nell.

Større udfordringer og større muligheder

Ligesom antallet af produkter er steget gennem de 11 år, hvor June-Nell har være ansat i Orkla, har hun også set stigning i antallet af produktstamdata, der skal håndteres – og en tilsvarende stigning i det fokus der er på stamdata, både i Orkla internt og hos deres kunder i detail og foodservice:

”For år tilbage var stamdata noget der ikke havde fokus i sig selv. I dag er vi meget bevidste om betydningen af korrekte stamdata for vores kunder, os selv og ikke mindst forbrugerne. Vi ved, at nogle af de stamdata, vi indmelder i GS1Trade Sync dukker op direkte ude hos forbrugerne, fx i webshops. Der er ikke mere nødvendigvis noget mellemled, som kan opdage fejl eller uhensigtsmæssigheder. Det er et stort ansvar, men jo også en mulighed for at vi selv kan styre, hvordan vores produkter bliver præsenteret”, mener June-Nell.

Krav til produktinformationer

Fra kundesiden har Orkla også mærket en øget efterspørgsel på sikring af, at de stamdata der udveksles, er korrekte. ”Det er jo altid et spørgsmål om timing og omkostninger, hvornår man går i gang med noget nyt, så da vi i år hørte om GS1 Denmarks tilbud om gratis kontrol af stamdata og produktbilleder, tog vi imod det. Vi har bestilt kontrol af ca. 100 produkter og ser spændt frem til resultatet og det, vi kan lære af det”, fortæller June-Nell.

Stamdata involverer hele virksomheden

”Stamdata er meget omfattende. De er jo både om indre og ydre ting, helt fra produktets ingredienser til dets dimensioner. Og alle er lige vigtige, bare i forskellige processer. For eksempel er højde og bredde helt essentielle for space management hos kunderne. Og for vores produkter er angivelse af fx nøddeindhold et ’must’ at have helt styr på. Derfor er der også mange afdelinger involveret i bidrag til og brug af stamdata, fra økonomi og lager til produktudvikling og marketing”, fortæller Mai-Britt Lebæk, som gennem et par år sammen med June-Nell har stået for oprettelse af data i GS1Trade Sync. Og det er blevet meget nemmere:

”Vi har arbejdet i både det gamle og det nye system fra 2016 og hold op for en forskel. Nu er det nemt at arbejde i, det kører bare, så det behøver nye brugere ikke at være bekymrede for”, mener Mai-Britt.

Donation med GS1Trade Exact

Det var i bestillingsprocessen til GS1Trade Exact, at June-Nell og Mai-Britt blev opmærksomme på muligheden for at donere de produkter, der har været sendt til kontrol, til velgørenhed, pt primært de københavnske Projekt Hjemløs:

”Dét synes vi er en rigtig god idé. Orkla har også tidligere doneret til hjemløse i Odense, så det var let at sige ja til, at GS1 Denmark videreformidler varerne. Det er rart at vide, at de er med til at gøre en forskel og skaber glæde, hvor de når frem”, beretter Mai-Britt.