

Ochrona marki / Track & Trace

SASMA Portal, Listopad 2015 | Steve Scully (IBP)

Firma „Impact Brand Protection” (IBP) jest przedstawicielem Six Degrees Prevention (6DCP), w Kalifornii. Przy wsparciu (6DCP), IBP rozszerzyła swoje usługi oraz uzyskała dostęp do potężnej antypodróbkowej technologii 2D oferującej usługi szerokiej gamy branż, m.in.: branży motoryzacyjnej, farmaceutycznej, modowej, bankowej, prawnej, kamieni szlachetnych, rozrywki i dóbr luksusowych. Wszystkie te działy mają możliwość korzystania z bezpiecznej technologii kodowania.

Zastosowanie na jakimkolwiek nośniku danych/sposobie zapisu danych (kody kreskowe, REID, itp.), niedostępne, nie matematycznie szyfrowanie/kodowanie ma również znaczący potencjał marketingowy, niezrównane możliwości wykrywania produktów w tzw. szarej strefie oraz zdolność do identyfikacji i śledzenia poszczególnych produktów w łańcuchu dostaw. Ponadto, biorąc pod uwagę bezpieczne zaszyfrowane dane, technologia ta jest pierwszą na świecie typu: ‘micro database-less technology’.

Światowa Organizacja Celna (The World Customs Organisation) szacuje, iż branża podróbek osiągnie 1,5 trylionów \$ do 2015 roku, mając wpływ praktycznie na każdą branżę: od farmaceutyków do kamieni szlachetnych. "W przeciwieństwie do numerów seryjnych i innych metod szyfrowania, które mogą zostać złamane, odczytane a następnie powielone, ten silniejszy niż wojskowe klasy szyfrowania produkt jest odporny na matematycznej analizie wzoru (kraking) zapewniając w ten sposób jeden z najlepszych poziomów ochrony produktu przed podrobieniem, dostępnych aktualnie na rynku".

Szyfrowanie jest zdolne do zabezpieczenia danych rzeczywistych (w inny sposób zapamiętywane w bazie danych) w znaczniku RFID lub kodów kreskowych 2D. Przedmioty mogą być oznaczone zarówno na poziomej partii produktu jak i indywidualnie, oraz stosowane jawnie lub skrycie do różnego rodzaju produktów, takich jak soczewki, leki, półprzewodniki, dowodowy tożsamości, dokumenty czy żywność i napoje.

Każda posiadający urządzenie mobilne wyposażone w aparat może wziąć udział w procesie weryfikacji, termin nosi nazwę: „inspektor miliona oczu”. Oznacza to, że zarówno konsumenci, organy ścigania jak i osoby prowadzące postępowania wyjaśniające mogą w bardzo krótkim czasie odróżnić produkt rzeczywisty od podrobionego. Każdy z przedmiotów posiada tzw. ‘cyfrowy odcisk palca’, który może być wewnętrznie monitorowany. Rzeczywisty pomiar czasu zapewnia klientowi dokładne narzędzia pomiarowe do oceny nielegalnej działalności oraz śledzenia produktów.

Oprócz faktu, iż opisana technologia jest poważnym elementem na arenie walki z podróbkami, dysponuje również wybitnymi zdolnościami w dziedzinie marketingu i może być istotnym atutem dla producentów. Tak wiele informacji może być szyfrowanych, że firmy mogą wykorzystywać ten system również do zbliżenia się do klienta. Za pomocą swoich urządzeń mobilnych, użytkownicy mogą skanować kody 2D w celu połączenia się bezpośrednio do sieci społecznych, przejść do strony internetowej firmy, zobaczyć filmiki dotyczące konkretnego produktu i wiele innych.

Patrząc z punktu widzenia klienta, gdy konsument zeskanuje kod kreskowy, klient wie gdzie i kiedy konsument uwierzył produkt, dzięki czemu możliwe jest ponowne zdefiniowanie strategii marketingowej na podstawie otrzymanych informacji. Wszystkie dane są osadzone w kodzie kreskowym (data produkcji, model, seria, data ważności, kod przeznaczenia, itp.) niewymagana jest zdalna baza danych, co tworzy potencjalne oszczędności dla firm funkcjonujących w branży komputerowej, security czy minimalizuje koszty postępowań wyjaśniających.

Steve Scully

Founder & CEO

www.impactbrandprotection.com

steve@impactbrandprotection.com

www.productandimagesecurity.org