



BLOCKCHAIN BUSINESS
COMMERCE & DESIGN

Blockchainløsninger

Viden ▾

Events

Om projektet

[in](#) LinkedIn



TILMELD NYHEDSBREV

Her kan blockchain hjælpe: Brug teknologien til at styrke dit brand og komme tættere på dine kunder

[Hjem](#) / [Artikler](#) /

Her kan blockchain hjælpe: Brug teknologien til at styrke dit brand og komme tættere på dine kunder

Her kan blockchain hjælpe: Brug teknologien til at

styrke dit brand og komme tættere på dine kunder

Den danske livsstilsbranche står overfor store forandringer, der gør det relevant at overveje, om det er tid til at satse på blockchain-teknologi. I et nyt inspirationskatalog peger eksperterne på fire områder, hvor teknologien i særlig grad kan hjælpe.

Hvad kan virksomheder i den danske livsstilsbranche lære af det globale FSC-certifikat, markedspladsen Queen of Raw og design-mastodonterne Prada og Cartier?

Når det gælder mulighederne med blockchain-teknologi, er svaret: En hel del.

For de har alle kastet sig over teknologien med forskellige målsætninger, og i dag står deres resultater som lysende eksempler på de områder, hvor blockchain kan gøre en forskel for lige netop livsstilsbranchen har arbejdet med at øge sporbarhed, brand-autencitet, cirkularitet og forbrugerengagement.

Herunder følger en gennemgang af de fire usecases – og ikke mindst hvordan blockchain har hjulpet de førnævnte organisationer med at nå i mål.

Øget sporbarhed

Tænk sig, hvis din kunde med få klik på telefonen eller via en QR-kode kunne få adgang til informationer om alt fra råvarer til produktionssteder og producenter bag produkterne på din hylde.

Det ville ikke bare øge gennemsigtigheden, men også beskytte kunden mod at blive snydt. Og det er muligt at realisere med blockchain-teknologien. Den lader kort fortalt alle parter på produktets rejse tilføje informationer om produktet i en kæde af data, der herefter ikke kan ændres.

Netop muligheden for at forhindre svindel og sikre større sporbarhed i forsyningskæderne har fået det internationalt anerkendte FSC-certifikat til at skifte sin dokumentbaserede verifikation ud med en blockchain-baseret løsning i et pilotprojekt.

Øget autencitet

De fleste har prøvet at købe en brugt vare og bede om at få den fysiske kvittering fra forhandleren med. Sidstnævnte er ens sikkerhed for, at produktet er ægte, og at den tidligere ejer er kommet i besiddelse af det på ærlig vis.

Men også her byder blockchain-teknologien sig til med en løsning, der i endnu højere grad kan sikre produkternes ægthed og forhindre kopier. For med blockchain er det muligt at skabe digitale ejerskabs- og autencitets beviser for ens produkter, der er så godt som umulige at forfalske.

Beviserne er især relevante for producenter af luksusprodukter, der både skal værne om deres egen identitet og sikre kunderne mod snyd.

Prada, Cartier og konglomeratet bag bl.a. Louis Vuitton og Moët, LVMH, har af samme grund søsat blockchain-konsortiet Aura, der giver kunderne et digitalt og blockchain-baseret bevis på deres ejerskab.

Øget cirkularitet

“Ude af øje, ude af sind” er muligvis et gammelt ordsprog, men det kan stadig bruges i mange brancher, når det gælder cirkularitet: For når først tøjet har forladt udstillingsvinduet, hvem sørger så for, at det på et tidspunkt bliver genbrugt?

Den forpligtelse har traditionelt set hængt på kunden, men blockchain-teknologien har nu øget virksomhedernes muligheder for også at være med til at styrke den cirkulære økonomi. Det kunne f.eks. ske gennem blockchain-baserede markedspladser, og sådan en findes faktisk allerede for ubrugte tekstiler og reststoffer.

Markedspladsen hedder Queen of Raw, og den bruger blockchain-teknologi til at matche købere og sælgere og dermed sikre, at tekstilerne undgår skraldespanden og får nyt liv.

Øget forbrugerengagement

Har du stadig et fysisk stempelkort til din lokale kaffebar i pungen?

Så bærer du efterhånden rundt på lidt af et fortidsminde. For den digitale tidsalder tilbyder nye muligheder for at binde stærke bånd mellem dig og dine kunder gennem blockchain-baserede loyalitetsprogrammer.

Hvis du overfører kundernes point til en blockchain i stedet for et fysisk stempelkort, vil de nemlig aldrig forgå. Og du får samtidig mulighed for at spore dine kunders digitale adfærd og lære deres præferencer bedre at kende.

En af dem, der har haft succes med at engagere kunderne gennem blockchain-teknologi, er skønhedsbrandet Clinique. Brandet har f.eks. benyttet sin digitale platform til at engagere kunderne i en online-konkurrence, hvor den digitale præmie gav adgang til usolgte produkter.

De fire usecases er udvalgt efter en gennemgang af litterære artikler og fagbøger og beskrives nærmere i "[Inspirationskatalog over blockchain-løsninger 2023](#)", som Lifestyle & Design Cluster, DI Handel og Industriens Fond står bag.

Her kan du også blive klogere på, hvordan blockchain-teknologien kan hjælpe din virksomhed med at leve op til kommende lovgivning.

Relevante links

DOWNLOAD INSPIRATIONS KATALOG OG
ANDET

OVERSIGT OVER BLOCKCHAINLØSNINGER



BLOCKCHAIN BUSINESS
COMMERCE & DESIGN

Projektets partnere

INDUSTRIENS FOND



Lifestyle & Design Cluster



DI Handel

© Copyright 2022 – [Industriens Fond](#) | [Lifestyle & Design Cluster](#) | [DI Handel](#) | [Tilmeld
nyhedsbrev](#) | [Cookies](#)