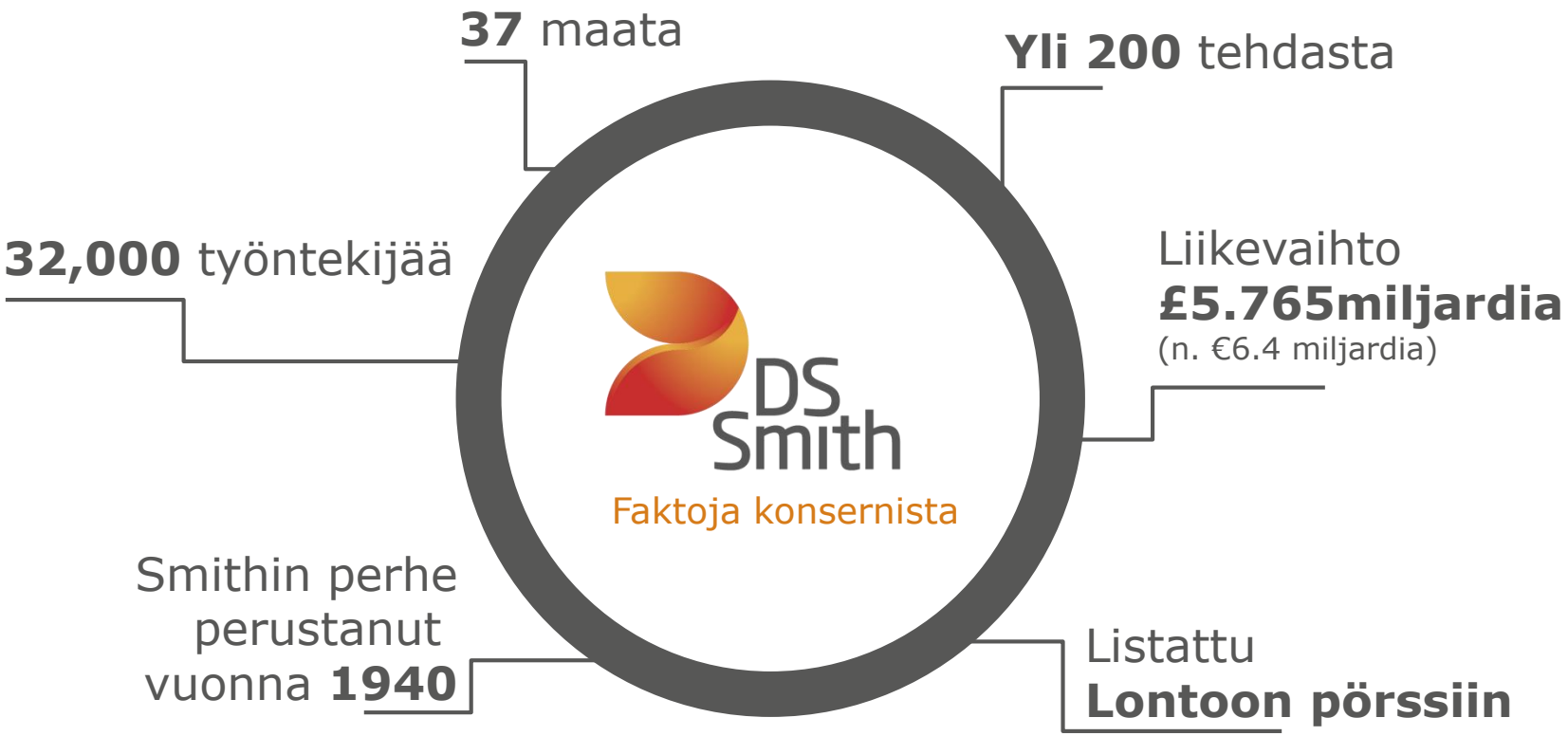
Millainen on hyvä verkkokauppa-pakkaus?

18/09/2019

Sebastian Lindberg
ePack Account manager
+358 40 509 6776
sebastian.lindberg@dssmith.com
www.linkedin.com/in/sebastian-lindberg-finland

01 DS Smith lyhyesti

DS
Smith
Tavoitteemme on olla
kestävän kehityksen
mukaisten
pakkausratkaisujen
johtava toimittaja


37 maata
Yli 200 tehdasta
32,000 työntekijää
Liikevaihto
£5.765miljardia
(n. €6.4 miljardia)
DS Smith
Faktoja konsernista
Smithin perhe perustanut vuonna 1940
Listattu Lontoon pörssiin

DS Smith Suomessa

Faktoja: DS Smith, Suomi

- Henkilöstöä noin 250
- Liikevaihto noin € 63 milj.
- Perustettu jo 1911
- Keskittynyt palvelemaan asiakkaita pakkausratkaisuiden, pakkaustarvikkeiden ja myynninedistämismateriaalin saralla

Toiminnot Suomessa:

Aaltopahvitehdas &
PackRight Centre

- Tampere

POS & Display -tehdas

- Nummela

Jalostusyksiköt ja pakkaustarvikemyynti

- Kuopio
- Ii
- Turku
- Viiala (Akaa)

DS Smith tapa toimia

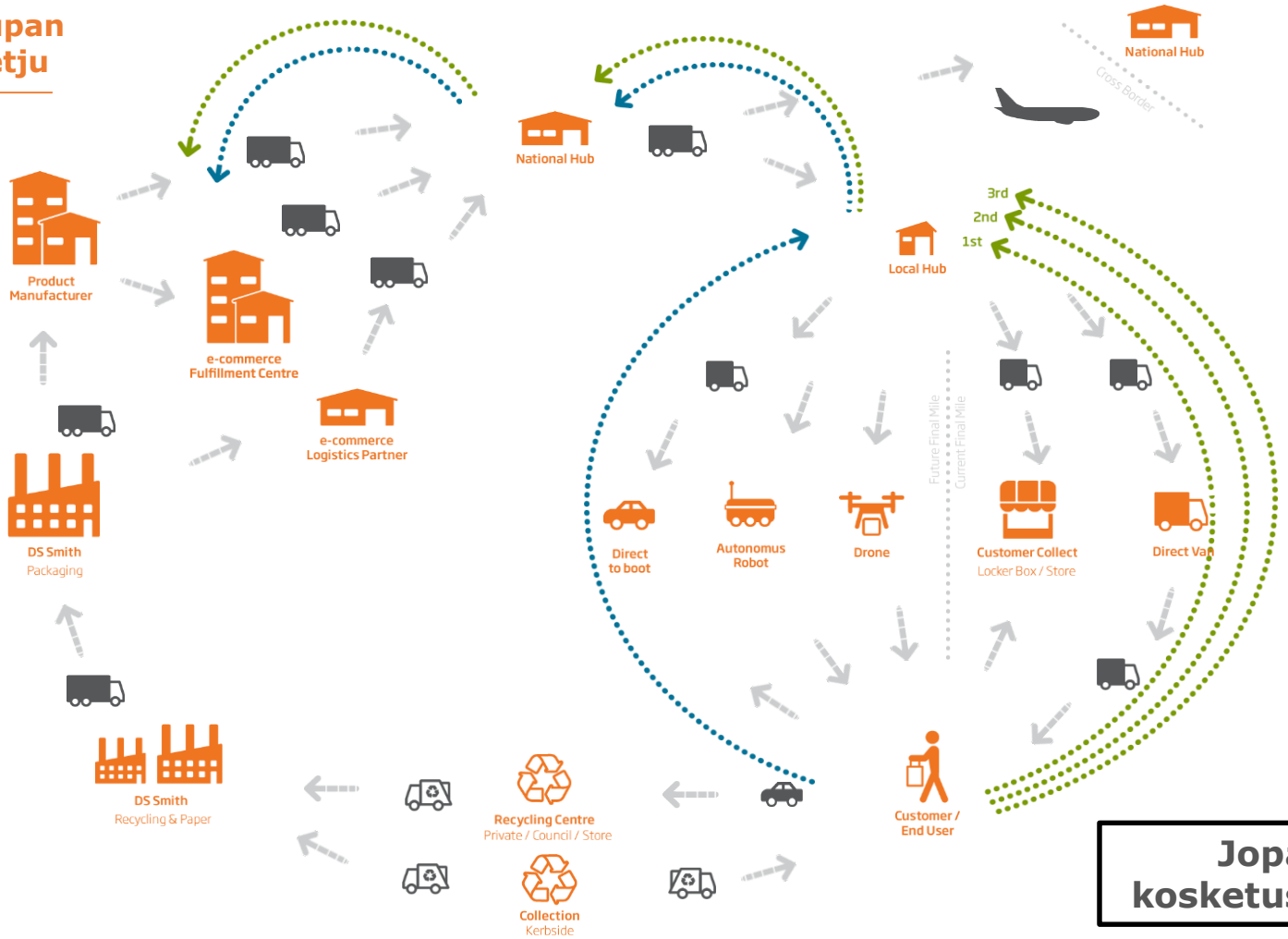
Myynnin lisääminen

Kustannusten alentaminen

Riskien minimointi

02 Verkkokaupan haasteet

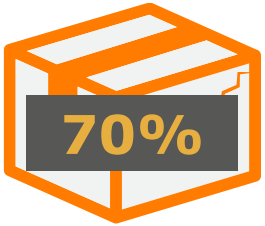
Verkkokaupan toimitusketju



Jopa 50 kosketuspistettä

Toimitusketjun haasteet

Verkkokauppa-pakkaus sisältää keskimäärin 55 % ilmaa



20%-30% kaikista tuotteista palautetaan. Vaate/muotialalla jopa 70%.

Optimoimalla pakkauksia voidaan päästä jopa 40% kuljetussäästöihin

Kustannusten jakaantuminen kuljetusketjussa:

45% Työkustannukset
35% Kuljetuskustannus
20% Materiaalikustannus (Pakkaus ja täytemateriaali)

Kuluttajakokemuksella on merkitys verkkokaupan menestykseen

Pakkauksella on kasvava merkitys verkkokaupassa

Myymälästä

verkkoon

Lähde: Amazon webinar- Packaging for Amazon fulfilment, 2016

Pakkaus vaikuttaa brändimielikuvaan

Pakkaus = kuljetusvaatimukset + asiakaskokemus

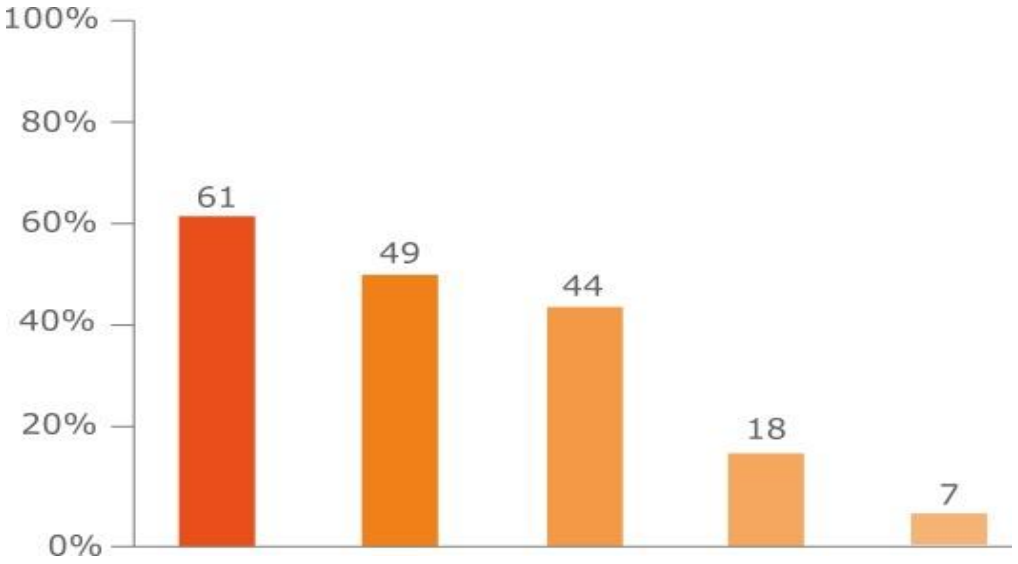
Lähde: Amazon webinar- Packaging for Amazon fulfilment, 2016

Mitä kuluttajat odottavat pakkauksilta - esimerkkejä maailmalta

	Iso-Britannia	USA	Ranska	Saksa	Italia
Tärkein asia pakkauksessa	Kestävyys, helppo avata	Kestävyys, helppo avata	Kestävyys	Kestävyys	Kestävyys
Miksi he eivät enää ostaneet uudelleen samasta verkkokaupasta	Toistuvasti vaurioitunut tuote tai pakkaus	Toistuvasti vaurioitunut tuote tai pakkaus	Toistuvasti vaurioitunut tuote tai pakkaus	Toistuvasti vaurioitunut tuote tai pakkaus	Toistuvasti vaurioitunut tuote tai pakkaus
Päätelmät: markkinalla toivottavan pakkauksen ominaisuudet	Yhdestä materiaalista valmistettu, kestävä, suojaava pakkaus, jossa ei ole ylimääräistä tilaa, mutta johon tuote sopii sisään hyvin	Suojaavasta ja vahvasta materiaalista valmistettu pakkaus, joka estää tuotetta vaurioitumasta	Vahvasta ja kierrätettävästä materiaalista valmistettu pakkaus	Kierrätettävä, uudelleen käytettävä, kestävä pakkaus, joka on juuri oikeankokoinen pakattavalle tuotteelle	Kestävä pakkaus, joka on valmistettu suojaavasta ja vahvasta materiaalista

Pakkaus on mahdollisuus kasvattaa brändin arvoa

Miten pakkaus vaikuttaa muodostamaasi brändimielikuvaan ?

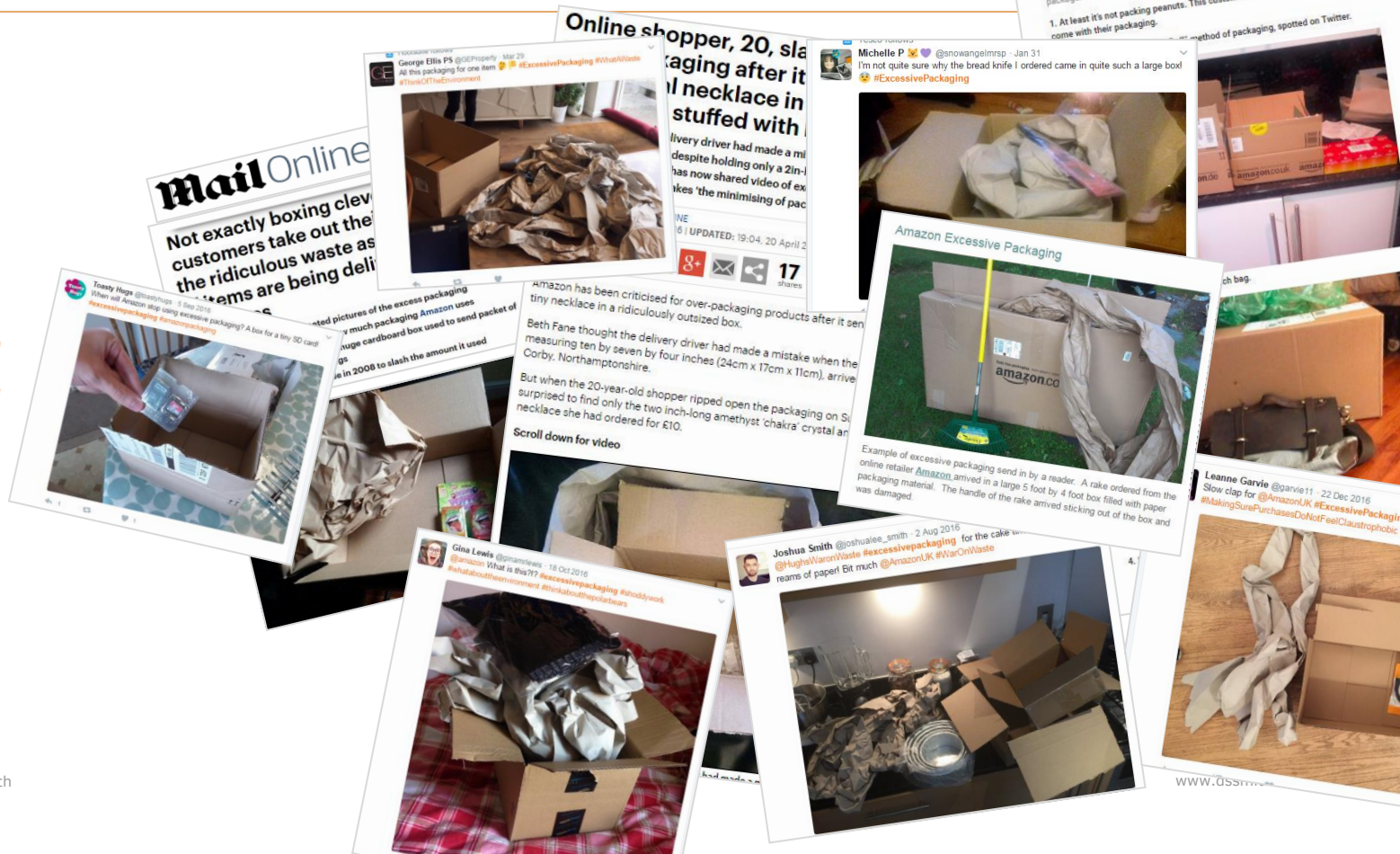


- Saa brändin vaikuttamaan premium -brändiltä
- Saa minut innostumaan enemmän pakkauksesta ja sen avaamisesta
- Vahvistaa tunnetta, että tuote on hintansa väärti
- Vahvistaa tunnetta, että brändi on juuri minunlaisille ihmisille
- Muu

Sources: www.keenpac.com/how-packaging-impacts-brand-perception-in-e-commerce-2

Älä unohda sosiaalisen median merkitystä

#unboxing



Private & Confidential © DS Smith

03 Neljä vinkkiä menestykseen

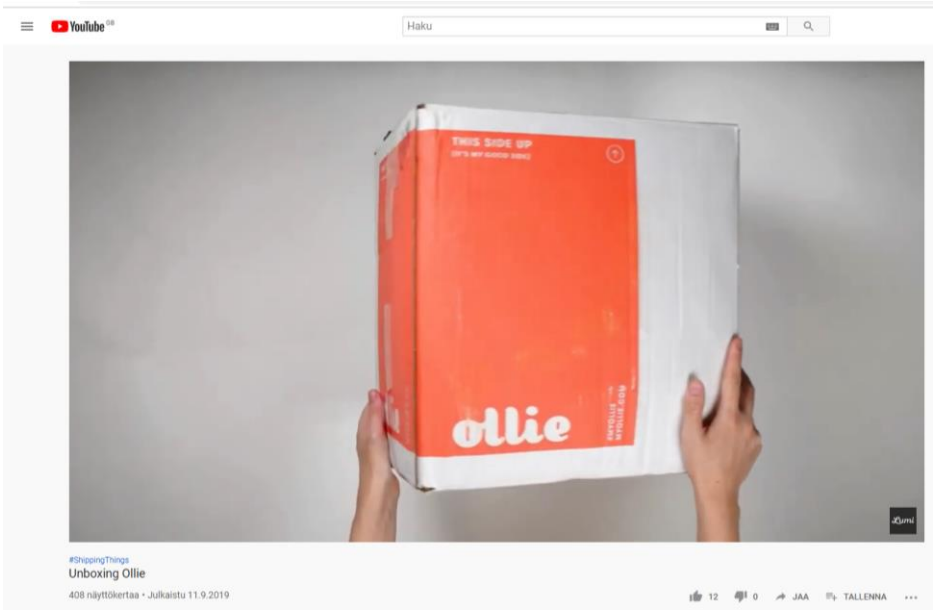
Kun kuluttaja saa **pakkauksen ensimmäisen kerran käteensä**, on kyseessä ensimmäinen **konkreettinen kontakti** myyjän ja asiakkaan välillä.

Älä unohda hetken merkitystä brändillesi.

Vaikuta ostokokemukseen

Pakkauksen **avaaminen on kriittinen hetki**, joka usein jaetaan **sosiaalisessa mediassa.**

Hetki **korvaa** perinteisessä **kaupassa syntyvän ostokokemuksen** ja hyvin hoidettuna **tukee** yrityksesi brändimielikuvaa ja **sitouttaa** asiakkaan yritykseesi.



Huomioi kestävän kehityksen vaatimukset

Kuluttajat ovat **valveutuneita** ja tutkimuksen mukaan kasvava osa heistä on **valmiita maksamaan enemmän kestävän kehityksen mukaisista ratkaisuista**(*

Lisäksi jopa 39% verkkokaupasta ostaneista on ollut huolissaan tuotteiden ylipakkaamisesta. (*

*) Nielsen & DS Smith 2015

04 Verkkokauppa-pakkauksen 5 easies

Verkkokauppapakkauksen 5 easies

Helppo hankkia | Helppo pakata | Helppo kuljettaa | Helppo kuluttajalle | Helppo kierrättää

Toimii toimitusketjussa ja kuluttajalla

06 Pakkausratkaisuja verkkokauppaan

Millainen pakkaus sopii verkkokauppaan?

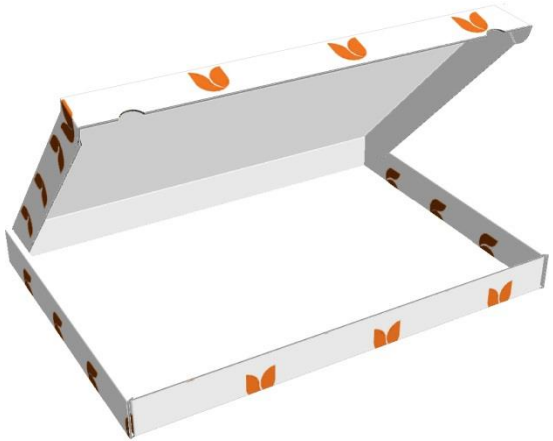
Verkkokaupan pakkauksiksi sopivat
- Vakiopakkausratkaisut
- Sisältä tai ulkopuolelta painetut
- Räätälöidyt ratkaisut; niin kokonsa kuin ilmeensä osalta

Oikea ratkaisu on sellainen, joka on valittu juuri sinun tuotteellesi, sinun tarpeillesi ja huomioi kokonaisuuden

Ulkoa painettu pakkaus kertoo tarinaasi

Painettu pakkaus tukee yrityksen brändiviestiä ja luo kuluttajalle miellyttävän ostokokemuksen

Ulkopuolelta painettu pakkaus toimii myös mainospintana kuljetuksessa ja logistiikkapisteessä



Hyvä pakkaus huomioi pakattavan tuotteen

Kun pakkaus on suunniteltu juuri pakattavalle tuotteelle, varmistaa se parhaan asiakaskokemuksen

- ehjänä perille
- ei turhaa ilmaa → kuljetuskustannukset
- avaamiskokemus

Hyvä pakkaus on oikean kokoinen

Täysin kierrätettäviä ekologisia verkkokauppapakkauksia voidaan suunnitella myös herkästi särkyville tuotteille

Hyvä pakkaus huomioi tuotepalautukset

Tuotepalautukset on hyvä huomioida pakkausta valittaessa

Käyttökelpoisia, asiakasystävällisiä ratkaisuja on monenlaisia, kuten

- erilaiset suljentateipit
- käännettävä, juuri Pohjoismaisessa kilpailussa palkittu, 2-way -pakkaus

Mitä hyvä verkkokauppapakkaus tarjoaa?

Myynnin lisääminen

Kustannusten alentaminen

Riskien minimointi

- Kestää kuljetukset kaupasta asiakkaalle asti ja tuo tuotteet vahingoittumattomana perille
- On helppo uudelleen pakata ja palauttaa
- Antaa positiivisen asiakaskokemuksen
- Tunnistettava pakkaus tukee brändiä ja mahdollistaa lisämyynnin
- Vastaa kuluttajien odotuksiin luomalla unohtumattoman ensivaikutelman ja vahvistuneen ostokokemuksen pakkausta avattaessa
- Helppo kierrättää, ympäristönäkökulmat huomioitu
- Oikeat materiaalit ilman ylipakkaamista
- Tehokas varastointi, keräily ja pakkaaminen
- Tehokas tilankäyttö kuljetuksissa, vähemmän kuljetuskapasiteetin tarvetta
- Toimii tehokkaana mainospintana koko logistisessa ketjussa

Thank You

Danke Dankjewel Благодаря 谢谢 Hvala Dík Tak Aitäh Kiitos Merci Ευχαριστώ
Köszönöm Grazie Paldies Ačiū Ви благодарам شكرا لكم Dziękuję Obrigado Mulțumesc
Ďakujem Gracias Tack ขอบคุณ Teşekkür ederim

The Power of Less®