

WHITEPAPER

E-commerce verpakkingen voor fashion



Welkom!

Ben je op zoek naar richting en houvast in de enorme verscheidenheid aan mogelijkheden die er zijn op het gebied van verpakkingen voor de e-commerce business?

In dit whitepaper helpen we je een handje. Lees verder voor de belangrijkste conclusies uit een recent consumentenonderzoek over hun bestelgedrag voor fashion aankopen, het belang van verschillende facetten van een e-commerce verpakking én de laatste trends op het gebied van branding en duurzaamheid.

De voorkeuren van de online shopper in 2020

In september 2020 hebben wij in samenwerking met TRUE Global Intelligence 500 Nederlandse consumenten bevraagd over hun **online fashion aankoopgedrag** en welke rol (duurzame) verpakkingen spelen.

Uit dat onderzoek bleek dat de duurzaamheid van een verpakking invloed heeft op de perceptie van de aankoop in het algemeen. Zo gaf 60% van de respondenten aan dat het gebruik van **duurzame materialen** bijdraagt aan een positieve indruk van hun aankoop. Ook **efficiënt materiaalgebruik** (59%) en het zien van de **duurzaamheidsreferenties** van een merk (57%) dragen positief bij.

Een andere belangrijke factor is **easy opening**: het gemak waarmee de consument de verpakking opent. Maar liefst 62% gaf aan dat dit een positieve impact heeft.

INSIGHT!

Fashion shoppers zijn **meer milieubewust** dan de algemene consument. Zo heeft 23% van de fashion shoppers (vs 17% van de algemene consumenten) een herhaalaankoop gedaan op basis van de duurzaamheids-activiteiten van een merk. Bovendien geeft 36% vs 26% aan **geen online aankopen te doen** bij een modebedrijf waarvan ze weten dat de verpakking niet milieuvriendelijk is.

CUSTOMER TESTIMONIAL

"Sinds de start van onze samenwerking met Smurfit Kappa in 2014 hebben we meerdere grote projecten gedaan.

Zij hebben ons onder andere geholpen over te gaan naar automatisch opzetbare verpakkingen, het verbeteren van de kwaliteit om het retourneren van aflopende collecties uit de winkel te faciliteren en het reduceren van lege ruimtes in de verpakkingen die naar de winkels gingen.

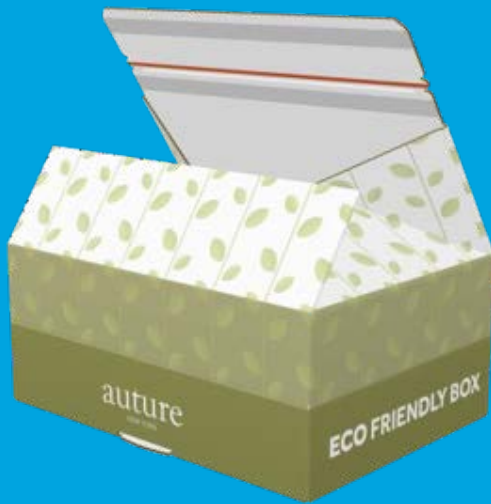
In het laatste project hebben we de klantbeleving van onze e-commerce verpakkingen verbeterd."

- SMCP Logistics, Frankrijk
Bekend van de luxemerken Sandro, Maje en
Claudie Pierlot

Waar moet je nou op letten?

Bij het kiezen van een verpakking zijn er wel duizend dingen om op te letten en rekening mee te houden. Maar welke zijn nu het belangrijkste?

Wij hebben hier uitvoerig onderzoek naar gedaan en de qualifiers, satisfiers, differentiators en delighters voor een e-commerce verpakking gedefinieerd. Om jou te helpen meer op te vallen én in gedachten te blijven bij jouw klant, lichten we hieronder de factoren toe waarmee jij je klant een positieve verrassing bezorgt (delighters) en hoe jij jezelf kan onderscheiden van jouw concurrent (de differentiators).



DELIGHTERS

In een wereld van te grote dozen en veel (plastic) opvulmateriaal, kan jij je klant positief verrassen door de bestelling in een duurzame verpakking te bezorgen. Studies wijzen uit dat een kartonnen verpakking bijdraagt aan de *likeability* van jouw product én de perceptie van de kwaliteit ervan.

Tip: gebruik paper-based opvulmaterialen en zet bedrukking in voor een duurzame uitstraling, dmv kleurgebruik of een sustainability statement.

DIFFERENTIATORS

Gebruik jouw verpakking als verlengstuk van je merk. Kies voor een opvallende vorm en/of een seizoensgebonden of gepersonaliseerde bedrukking.

Tip: Val op wanneer de klant het niet verwacht: ná het openen van de verpakking. Denk hierbij aan een spetterende bedrukking aan de binnenkant of een gelikte presentatie van je product.



Trends - Branding & Duurzaamheid

Marketeers die de verpakking als **onderdeel van hun branding strategie** zien, hebben het begrepen. De e-commerce verpakking is al lang veel méér dan alleen een middel om een product van A naar B te brengen. Dat betekent (gelukkig!) ook dat er onophoudelijk ontwikkeld wordt om de klant te blijven verrassen.

Steeds vaker wordt de mogelijkheid om de **binnenkant van een verpakking** te bedrukken benut. Ook zien we dat premium merken vaker voor een verpakking met een **opvallende vorm** gaan, zoals de zeshoekige Rollor verpakking - die er ook voor zorgt dat kleding kreukvrij bij de klant arriveert. Tot slot wordt er meer aan het **gemak** van de klant gedacht. Een mooi voorbeeld is de toevoeging van een stoffen hengsel, zodat het pakket eenvoudig van het pakketpunt naar huis kan worden gedragen.

Duurzaamheid is een onmiskenbare trend in verpakkingsland en kent veel facetten. Een factor die steeds meer aandacht krijgt is het **verpakken van lucht**. Door gebruik te maken van in hoogte verstelbare verpakkingen of slimme verpakkingsmachines kan je de hoeveelheid lucht in jouw pakketten verminderen. Niet alleen duurzamer, het zorgt er ook voor dat jouw product beter op zijn plek blijft.

Een ander belangrijk punt is het materiaal. Door jouw verpakking **eenvoudig recyclebaar** te maken, bijvoorbeeld doordat deze uit slechts één materiaal bestaat, draag je bij aan duurzaamheid. Ook kan je denken aan herbruikbare verpakkingen of verpakkingen die bij jouw klant in huis **een andere functie** krijgen, bijvoorbeeld als sieradendoosje!

DE FINISHING TOUCH

Een verpakking is de finishing touch van de customer journey van jouw klant. Door slim en creatief na te denken over de vorm en bedrukking laat je een memorabele indruk achter, zonder daarbij in te hoeven boeten op duurzaamheid.

Wil je graag méér weten over de mogelijkheden die e-commerce verpakkingen bieden voor jouw fashion brand? Schroom niet en neem vandaag nog contact op.





Email: service@smurfitkappa.nl

Internet: www.smurfitkappa.com/nl

LinkedIn: www.linkedin.com/company/smurfit-kappa-group