

O przyszłości opakowań w eHandlu

- rozmowa z Tomaszem Żebrowskim,

prezesem Stora Enso Poland S.A., SVP Corrugated Central Europe

Panie Prezesie, zakupy przez internet najczęściej kojarzą się z opakowaniami, których jakość nie przystaje do jakości zamawianych produktów...

To prawda, że w takiej formie zakupu opakowanie jest jeszcze często lekceważonym elementem interakcji z klientem, a ogromna większość produktów nadal jest dostarczana w zwyczajnych, niemarkowych, brązowych pudełkach, które nie prezentują należytej jakości umieszczonych w nich towarów. Skutkuje to rozczarowaniem i frustracją klientów już podczas odbierania i rozpakowywania przesyłek. Tymczasem w innych okolicznościach otwieraniu nawet zwykłej paczki mogłaby towarzyszyć radość podobna do tej, którą czujemy przy rozpakowywaniu wymarzonych prezentów, np. tych pod choinką.

W serwisie Youtube znaleźć można setki filmików z rozpakowywanymi przesyłkami i prezentami...

To dowodzi, że ta kwestia przeniknęła już do popkultury. Niemal połowa klientów przyznaje, że dzieli się wrażeniami z zakupów w mediach społecznościowych. Ważniejsze jest jednak to, że w przypadku 95% z nich, opakowanie znacząco wpływa na wrażenia dotyczące zakupu. Taka ewolucja klientów zmusiła firmy do zmiany sposobu projektowania, sprzedawania i dostarczania produktów i usług. Niektórzy producenci uznali, że otwieranie pudełka to bardzo ważny etap cyklu życia produktu, a zaniedbanie tej kwestii zmniejsza wartość produktu jako całości. Czas, by sprzedawcy internetowi również zainteresowali się tą kwestią.

Raport Stora Enso „eHandel – nastąpiła era maksymalizacji wrażenia klienta” ma służyć pokazaniu problemu? Uświadomieniu internetowym sprzedawcom i dostawcom, jaką rolę dla współczesnego klienta odgrywa opakowanie?

ViewPoint™



Opracowanie firmy produkującej w oparciu o materiały odnawialne



Współcześni klienci oczekują większej swobody wyboru i spójnej prezentacji marki w nieustannie powiększającym się spektrum fizycznych i cyfrowych punktów interakcji. Sytuacja ta stwarza nowe wyzwania, a jednocześnie otwiera nowe możliwości wyróżnienia się w dobie sklepów internetowych.

Dzisiaj oczekiwania coraz większej liczby współczesnych klientów wykraczają poza to, co oferują im sprzedawcy internetowi. To bezpośrednia konsekwencja tego, że intensywna poprawa jakości oferowanych produktów i usług doprowadziła do gwałtownego wzrostu oczekiwań klientów.