

E-volution inom förpackningar & logistik

E-handeln växer så det knakar – varje dag lämnar cirka 30 miljoner förpackningar världens e-handelsföretag och om bara några år beräknas siffran vara avsevärt högre. Förpackningar anpassade för e-handel får därför en allt större betydelse i logistiken. Detta var temat när "Packbridge efter tre" anordnades hos Boxon i Helsingborg nyligen.

Text & Foto: Katarina Elner-Haglund, katarina.eh@mentoronline.se

Det är lätt att tro att det mest miljövänliga är att låta bli att ta bilen till köpcentrat och istället göra sina inköp på nätet. En närmare analys visar dock att det är betydligt mer komplext än så och att det gäller att hitta rätt redan nu. Att se helheten och att tänka till i alla olika led.

Ett företag som gör detta är Boxon som levererar smarta förpackningslösningar för e-handel. Företaget har utvecklats kraftfullt under senare år genom uppköp och har investerat 60 miljoner kronor i ett nytt centrallager.

STÄLLER NYA KRAV

Bara i Sverige ökade e-handeln under första kvartalet med 16 procent, jämfört med motsvarande period förra året. Och till saken hör att förra årets första kvartal i sig hade en tillväxt på imponerande 18 procent. Denna utvecklingskurva ställer helt nya krav på anpassade förpacknings- och

logistiklösningar. Leksaker, "gör det själv"-produkter, sportprodukter och kläder/skor är idag de största segmenten inom svensk näthandel.

PostNords e-handelsexpert och tillika SeniorAdvisor Arne Andersson berättade för de åttiotalet åhörare om hur han brinner för ökad förståelse för hur logistiken kan öka konsumentens köpupplevelse. Han berättade om erfarenheter från bland annat den tyska marknaden som växer ännu snabbare än den svenska. En intressant frågeställning som berördes var vad som händer när världens största nätbutik Amazon etablerar sig i Norden.

OMNIKANAL MOT KUNDEN

Utmaningen för framtidens handel är att gå från dagens traditionella multikanal med separata system för de olika säljkanalerna till omnikanal. Det innebär att kunderna kräver att deras

interaktioner via en plattform ger avtryck i nästa interaktion, även om det sker på en helt annan plattform. En smidig "sömlös" upplevelse var som helst, när som helst och hur som helst med andra ord.

Med hjälp av en omnikanal-strategi och system som arbetar integrerat kan man bättre möta konsumentens förväntningar och överleva långsiktigt. Men detta kräver en god portion nytänkande med begrepp som automatisering, teknik i flödet, autostore och inte minst nya krav på organisation och ledarskap. Och allt handlar i slutändan om en bra köpupplevelse för slutkonsumenten.

MINSKA RETURHANTERINGEN

Gustaf Tunhammar från Virtusize berättade om det virtuella provrummet som man framgångsrikt utvecklat. Förhoppningen är att bidra till

någon form av standard för felköp och därmed returer. Klarna kommer att fördubblas inom katalogovana konsumenter

Ju mer handels växer desto större blir returproblematiken. För varje retur är förknippad med en viss kostnad för parten av retureterna handlar om annat passfel. Genom att minimera returproblematiken finns mycket pengar kvar för e-handlare som slutkonsumentens köpupplevelsen förbättras.

FÖRPACKNINGEN VIKTIG

Klas Hjort från Lunds Universitet (Lund University) är bland annat i returstyrning inom Retail and City Logistics). Han menar att förpackningen är en viktig del i en digitaliserad och värdeskapande logistik. Här finns mycket att göra. I Sverige är trender inom den grundläggande form av expressleverans, transaktionservice, klicka & hämta utlämningsställen som aktuella.

Från Finland kom industriingenjören Håkan HELLGREN som visade den senaste generationen av handelsförpackningen RePack.



Många var nyfikna på vilka nya krav e-handeln innebär för utformningen av förpackningar när Packbridge bjöd in till konferens hos förpackningsspecialisten Boxon i Helsingborg.



Anders Rosberg, vice VD i Boxon Group, välkomnade besökarna och introducerade dem i ämnet e-handelsförpackningar.



PostNords Arne Andersson berättade om hur logistiken kan öka konsumentens köpupplevelse.



Kontakta
Jerker Evaldsson
042-490 1933
jerker.evaldsson@mentoronline.se

istik

förpackningar
 ara avsevärt
 e betydelse
 hos Boxon i

plattform ger avtryck i nästa
 n det sker på en helt annan
 ig "sömlös" upplevelse var
 elst och hur som helst med

en omnikanal-strategi och
 t integrerat kan man bättre
 ns förväntningar och över-
 n detta kräver en god portion
 grepp som automatisering,
 store och inte minst nya krav
 ledarskap. Och allt handlar i
 a köppplevelse för slutkon-

ANTERINGEN

från Virtusize berättade om
 mmet som man framgångs-
 oppningen är att bidra till



VD i Boxon Group, välkom-
 introducerade dem i ämnet
 ar.



ersson berättade om hur
 nsumentens köppplevelse.

någon form av standard för att minska andelen felköp och därmed returer. Klädhandeln på nätet kommer att fördubblas inom fyra år och även katalogovana konsumenter börjar nu gå online.

Ju mer handels växer desto påtagligare blir returproblematiken. För en mogen marknad kan denna nivå ligga på runt 40 procent och varje retur är förknippad med en kostnad. Merparten av returerna handlar om fel storlek eller annat passfel. Genom att minimera storleksproblemet finns mycket pengar att tjäna för såväl e-handlare som slutkonsument, samtidigt som köppplevelsen förbättras.

FÖRPACKNINGEN VIKTIG DEL

Klas Hjort från Lunds Universitet forskar bland annat i returstyrning inom ReLog ((Retail Logistics and City Logistics). Han konstaterar att även förpackningen är en viktig del i morgondagens digitaliserade och värdeskapande returprocess. Här finns mycket att göra. Han berörde också trender inom den grundläggande logistiken i form av expressleverans, track & trace, prenumerationsservice, klicka & hämta och strategiska utlämningsställen som Amazons boxsystem.

Från Finland kom industridesignern Jonny Hellgren som visade den återanvändbara e-handelsförpackningen RePack. Systemet liknar

pantsystemet för flaskor, Konsumenten gör ett aktivt val att använda RePack vid beställning online och betalar samtidigt en deposition som återbetalas i sin helhet när RePack sänts tillbaka. Miljöfördelen är uppenbar.

E-HANDELSFÖRPACKNING

Ingrid Roth och Amanda Råsberg är Teknisk

design-studenter vid Lunds tekniska högskola. De berättade om sitt examensarbete där de undersöker hur man kan utveckla förpackningarna för att öka kundernas upplevelse vid e-handel. Huvudmålet är att höja kundupplevelsen hos Nelly.com genom en nydesignad e-handelsförpackning som är utformad för att ge en effektiv och säker returhantering.



Söker du personal?

Rekrytera i rätt tidning så når du rätt kandidater.

Kontakta
Jerker Evaldsson
042-490 1933
jerker.evaldsson@mentoronline.se

PACK *Marknaden*
 www.packnet.se