

Stora Enso tutvustab strateegilise pakendamise mõju veebikauplustele

Helsingi, Soome, 7. september 2015. Stora Enso, kes on juhtiv taastuvate lahenduste pakkuja pakendite, biomaterjalide, puidu ja paberi valdkonnas, avaldas täna aruande suundumustest, mis on iseloomulikud veebist ostetud kaupade pakendamisele. Tähtsaim järeldus Stora Enso Viewpointi aruandes oli, et pakendite strateegiline kujundus ja säästvad materjalid saavad märkimisväärselt suurendada veebikaupluste kasumimäära. Viewpointis avaldatud aruande põhijäreldused olid järgmised:

- veebitoidukaupluste segment võib pakendi strateegilise kujunduse abil oma ärikasumit kahekordistada;
- hügieenitooteid müüvad veebikauplused võivad pakendi strateegilise kujunduse abil oma ärikasumit suurendada kuni 50%.

„Need jaemüügiettevõtted, kes paistavad pakendite poolest veebikanalites silma, saavutavad ilmselt järgmistel aastatel kõige suurema kasvu,“ ütles Stora Enso pakenduslahenduste haru asepresident Gilles van Nieuwenhuyzen. „Ennustame, et need kliendid ja partnerid, kes suudavad kasutada ära kõik veebipakendite võimalused, suudavad oma kasumit olulisel määral suurendada.“

Viewpointi aruandes käsitleti näiteks järgmisi võimalusi: klientide lojaalsuse suurendamine, klientide keskkonnasäästlikkuse toetamine ja transpordimahu vähendamine. Toiduainete veebimüügi poole pealt tõstetakse aruandes esile valimise ja pakkimise tõhustamise võimalusi, kauba riknemise vähendamist tarneringide lõpus ning pakendimaterjalide optimaalsemat kasutamist, mis kõik mõjutavad ärikasumit.

„Optimaalsete pakenduslahenduste väljatöötamine avaldab müügile, kuludele ja klientide üldisele lojaalsusele selgelt positiivset mõju ning need kolm tähtsat kriteeriumi on olulised veebis tegutsevate jaeettevõtete kasumlikkusele,“ selgitas Stora Enso pakenduslahenduste haru turunduse ja kliendilojaalsuse eest vastutav asepresident Björn Thunström.

Peale selle rõhutatakse Viewpointi aruandes teatud nähtavaid makrosuundumusi: tarbijate tarbimisvõime tõuseb uutesse kõrgustesse, võimaluste ärakasutamiseks uuendatakse ärimudeleid ja tehnoloogia muutub üha kättesaadavamaks ning uue tehnoloogia kasutuskulud aina vähenevad. Peale selle jõutakse aruandes järeldusele, et säästvad pakenduslahendused võivad olla kasulikud kaubamärgiomanikele, kes oskavad selliseid suundumusi konkurentsieelisena ära kasutada.

Gilles van Nieuwenhuyzen tutvustab **10. septembril Roomas toimuval maailma jaekaubanduse kongressil** väljaannet „Future of Online Packaging“.

Stora Enso on maailmaturul juhtiv taastuvate lahenduste pakkuja pakendamise, biomaterjalide, puidu ja paberi vallas. Meie eesmärk on vahetada taastumatud materjalid välja, tehes uuendusi ja töötades välja uusi tooteid ja teenuseid, mis põhinevad puidul ja muudel taastuvatel materjalidel. Meil on üle maailma ligi 27 000 töötajat ja 2014. aastal oli meie müügi käive 10,2 miljardit eurot. www.storaenso.com

Stora Enso pakenduslahenduste haru aitab arendada kiupõhiseid pakendeid ja tegutseb väärtusahela igas etapis alates tselluloosi tootmisest ning materjalide ja pakendite valmistamisest kuni nende ringlussevõtuni. Meie lahendusi kasutavad juhtivad töötajad, kaubamärgiomanikud ja jaemüügiettevõtetest kliendid ning need aitavad neil optimeerida oma tegevust, vähendada kogukulusid ja suurendada müüki.



storaenso

Täieliku Viewpointi aruande saab alla laadida aadressilt www.storaensopack.com/press-media

Viewpoint

Igas Viewpointi aruandes jagab Stora Enso oma süvateadmisi ja analüüse tähtsamate pakendamisega seotud suundumuste kohta, mis mõjutavad valitud ärisegmente, ning hindab sellega seotud edaspidiseid arengusuundumusi väärtusahelas, keskendudes eeskätt kaubamärgiomanikele, jaemüüjatele ja tarbijatele. Viewpointi aruannetes tutvustatakse ka Stora Enso vaateid selle kohta, millised on pakenditega seotud olulised edutegurid kaubamärgiomanike jaoks lähiaastatel.

Lisateabe saamiseks võtke ühendust:

Björn Thunström
Asepresident turunduse ja kliendilojaalsuse valdkonnas
Stora Enso pakenduslahendused
E-post bjorn.thunstrom@storaenso.com

„Future of Online Packaging“ on viies väljaanne Stora Enso pakenduslahenduste haru põhjalike Viewpointi aruannete seerias. See on koostatud koos ettevõttega McKinsey & Company ning selle koostamisel on kasutatud valdkondlikke eriteadmisi, aruandeid ja rahvusvahelisi intervjusid. Finantsandmete analüüsi on McKinsey & Company veebimüügi valdkonnas käsitlemiseks modelleerinud väljasegitatud pakendamist mõjutavate tegurite alusel.



storaenso