

Disclaimer

“The content of this presentation is proprietary and confidential information of Smurfit Kappa Group.
The recipient may not distribute, copy, print or otherwise use information from this presentation without the written consent of Smurfit Kappa Group.”



eCommerce and packaging evolution

Martha Peña

Technical account Manager PAS

Germán Pulido

Innovation & Development Director Smurfit Kappa The Americas

**El embalaje en el
ecommerce debe ser
visto como una
extensión de la marca.**



55%

De los consumidores dicen que lo que **más les molesta**, son los empaques difíciles de abrir



60%

6 de 10 empaques **necesitan** una **herramienta** para abrirlos



41%

De los empaques están **sobredimensionados**.





Fuente: E-commerce packaging preference survey by Shorr pack co

29%

De los consumidores
repetirían la compra si su
experiencia “de compra” es
satisfactoria.

58%

De los consumidores **NO**
repetirían la compra o
buscarían una alternativa, si su
experiencia “de compra” es
insatisfactoria.

Ecommerce en Latam venía creciendo **doble dígito**

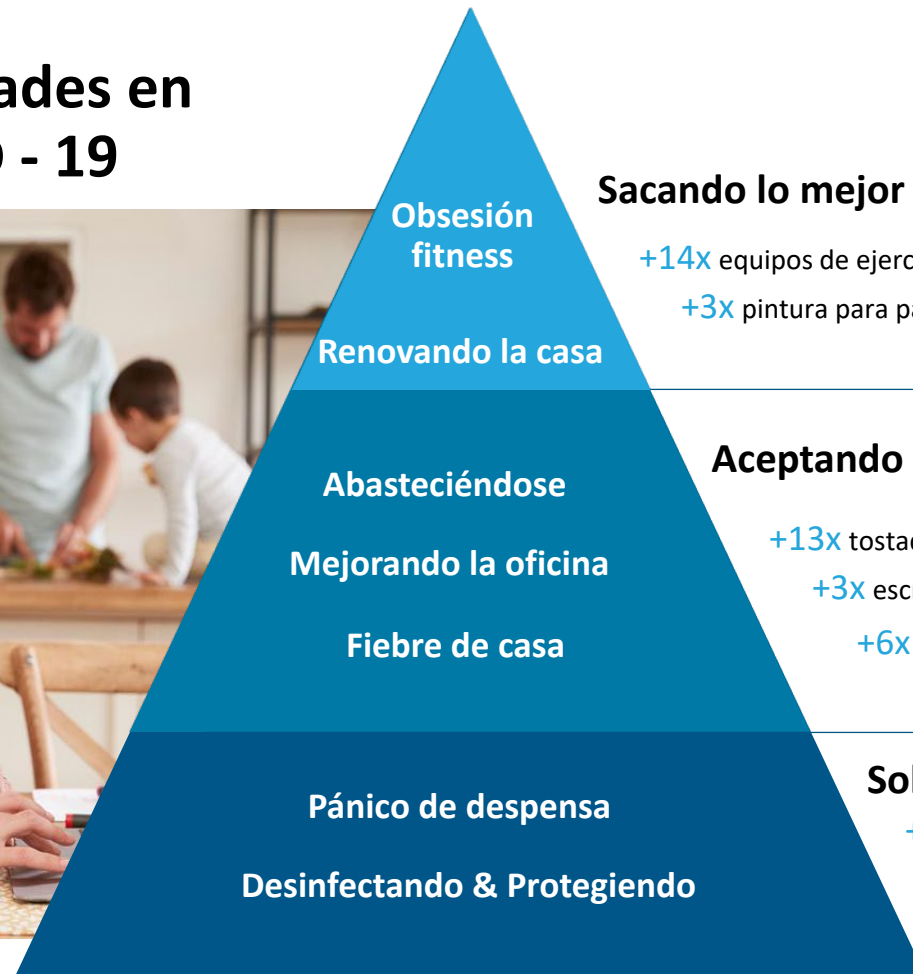


Creciendo **3X** más rápido
que en tiendas físicas

Un nuevo consumidor aparece



Jerarquía de necesidades en tiempos de COVID - 19



Sacando lo mejor de la crisis

Obsesión fitness

+14x equipos de ejercicio
+3x pintura para paredes

Renovando la casa

Aceptando la cuarentena

Abasteciéndose

Mejorando la oficina

Fiebre de casa

+13x tostadoras
+3x escritorios
+6x juegos de mesa

Pánico de despensa

Desinfectando & Protegiendo

Sobreviviendo

+96x enlatados
+234x toallas desinfectantes

El incremento de la búsqueda de términos en Amazon. Fuente: Profitero

Covid-19

Incrementando las ventas de
ecommerce y empaques en más de

300%*

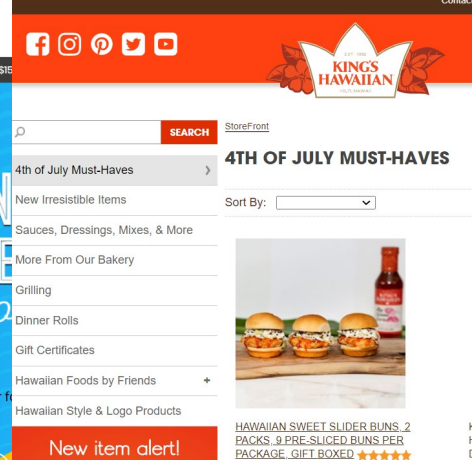
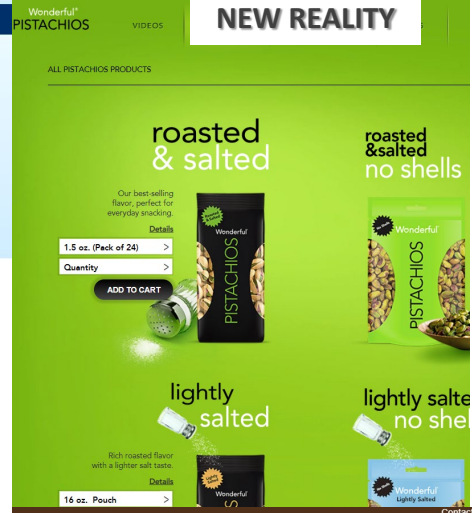
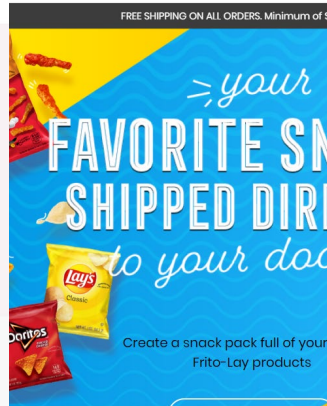
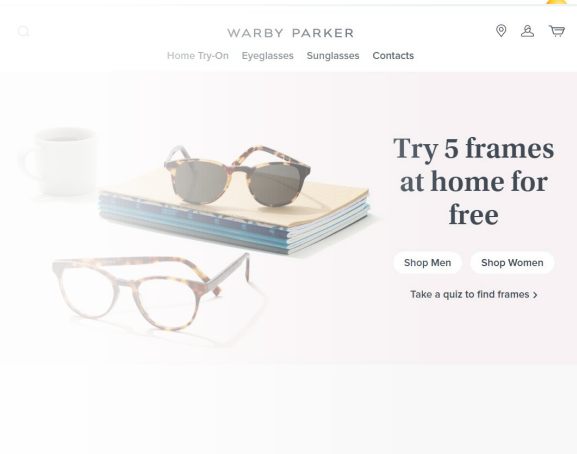
Para algunos consumidores la compra online puede ser algo totalmente nuevo (como comprar el Mercado online por primera vez) y para otros representa un mayor uso del ecommerce

* Medido en unidades de empaques para éste segmento

Nuevas plataformas

24%

Cambio a D2C ventas E-commerce



Source: EMARKETER



UMOT

**Teniendo más
relevancia el
último
momento de la
verdad en el
éxito de tu
marca**

experiencia

Cada compra tiene un objetivo



Cada compra tiene un objetivo



Misión de
REABASTECER

Reposición

Consumo no inmediato

Ofertas de precio evaluadas

Grandes volúmenes

Misión
INMEDIATA

Necesidades semana

Consumo inmediato

Pequeños volúmenes



Expectativa: Producto en buenas condiciones, empaque fácil de abrir, usar y disponer, bajo desperdicio



Cada compra tiene un objetivo



Misión con OBJETIVO

Necesidad especializada
Comparación de precio
Uso definido

Misión de BÚSQUEDA

Ninguna necesidad
específica
Promociones
Nuevos productos



Expectativa: Producto en buenas condiciones, empaque fácil de abrir y disponer, bajo desperdicio

Dependiendo del precio del producto, puede haber una expectativa de personalización o empaque más premium

Cada compra tiene un objetivo



Misión
OCASIONAL

Necesidad específica

No frecuente

Inmediata o planeada

Ocasión especial / regalos

Misión de
INDULGENCIA

Sentimiento especial

Compra "rara"

Experiencia social

Trato personal



Expectativa: Producto en buenas condiciones, empaque fácil de abrir y disponer, bajo desperdicio, **experiencia de unboxing, empaque premium**



Fulfilment
centre



Courier



eRetailer



Product
Producer

El empaque óptimo

La manipulación del empaque
en el canal de comercio
electrónico es mayor que en
el comercio tradicional

eSmart

Smurfit Kappa

Smurfit Kappa

Una solución de empaque correcta, facilita...



Protección



Transporte



Experiencia

Una buena experiencia

Comienza por recibir el producto en buen estado



Protección



No solo protege,
optimiza la
cadena de
suministro y
permite llegar
directo al
consumidor

Enjoy your dream wedding
Freshly cut wedding flower packages that arrive ready to enjoy or ready to DIY to create the wedding day of your dreams

JOIN US NOW

ENJOY FLOWERS

Subscription Products ▾ Wedding ▾ Gift Blog | LOGIN SUBSCRIBE NOW 🍷

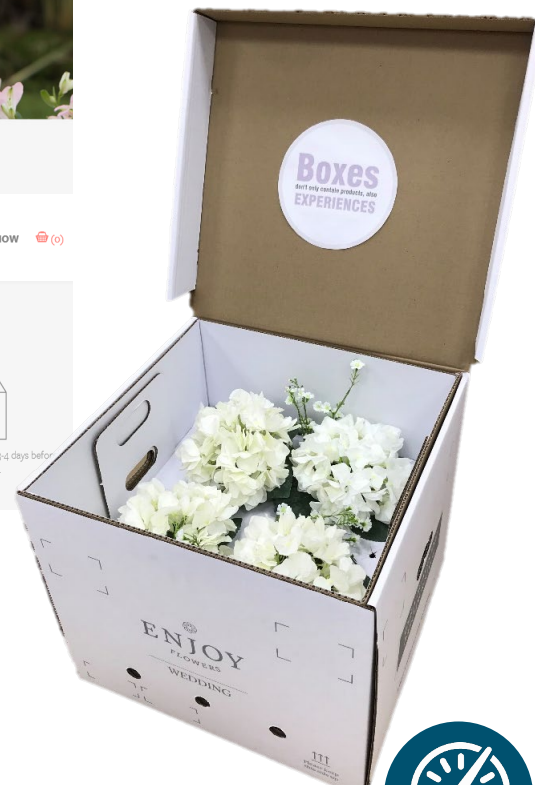
How it Works

- Fill out our contact form and tell us about your dream wedding.
- We'll get in touch to help you choose the best collection, size and discuss custom options.
- Place your order 40 days before your wedding.
- We'll deliver your flowers 3-4 days before your big day.

Jessica, CO

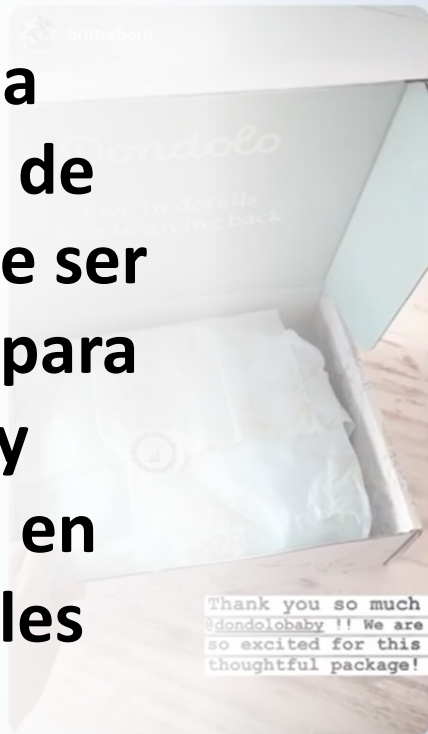
No stress

And that was saying something for me, because I only did it on short notice. They were always so kind and willing to help in any way possible. And the highlight of it all was their pricing in comparison to other companies I had looked into! I will happily update this review after the wedding! I just wanted to mention their phenomenal customer service so far! :)



Transporte

Una Buena
experiencia de
compra puede ser
un incentivo para
repetirla y
compartirla en
redes sociales



Experiencia





18.4
MILLIONES

Videos en YouTube de desempaque

FEBRERO, 2018

*El 90% de los usuarios de YouTube dicen que descubren nuevas marcas o productos en YouTube.

*<https://ar.oberlo.com/blog/estadisticas-youtube>



**!No sólo se trata de lo que recibes,
también es de **CÓMO** lo recibes!**

61% de los consumidores esperan que las marcas que compran tengan prácticas sustentables

Empaques muy grandes en comparación al producto enviado significa que el impacto ambiental fue mayor



Experiencia



Fuente: Sustainability reshapes the business landscape for good. Global report 2020. Financial Times & Smurfit Kappa

Funciones básicas

Protección
Transporte
Comunicación

El nuevo
valor

Empaque moderno

Experiencia de marca
Seguridad y
trazabilidad
Conectividad

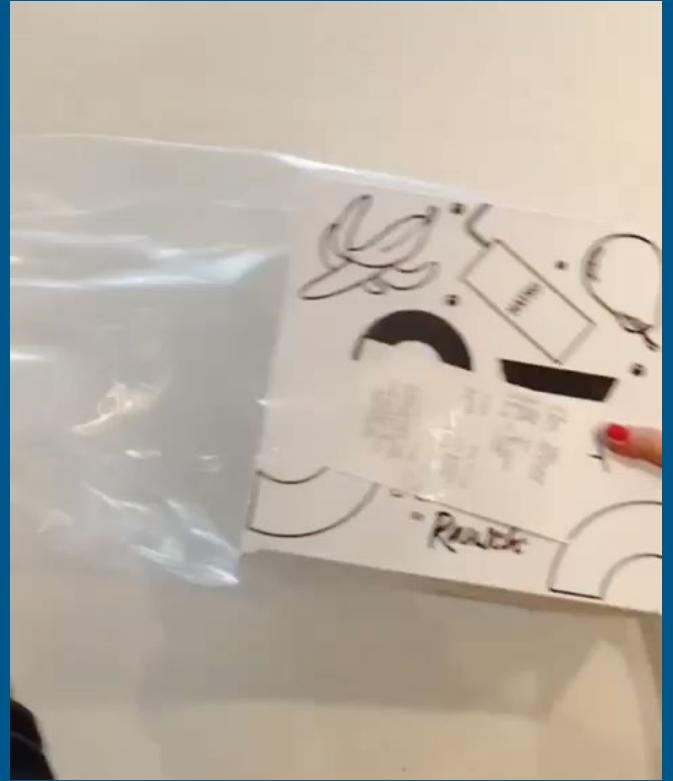
A close-up photograph of a person's hands opening a brown cardboard box. The box is filled with white packing paper. The person is wearing a grey sweater and blue jeans. The background is softly blurred, showing more boxes and a window with light coming through. A semi-transparent dark grey banner is overlaid across the middle of the image, containing the title text.

Algunos ejemplos de evolución del empaque

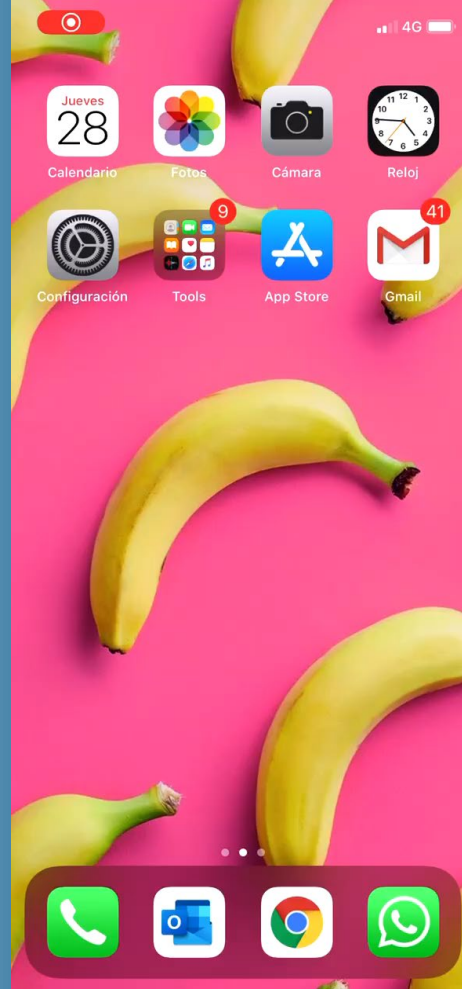
**Aparecen nuevos
diseños para
adaptarse a los
productos y reducir
costos de
transporte e
impacto ambiental**



**Empaques que
forman parte de la
experiencia teniendo
un uso adicional**



**conectando al
consumidor
con la marca
para crear
lealtad**



**Reinventando
el diseño del
empaques
primarios
especiales para
ecommerce**



Conclusiones y aprendizajes

Simbiosis entre el ecommerce y el empaque

1. El empaque ha **evolucionado** en el ecommerce en varias dimensiones
 - En la protección del producto
 - En reducir el impacto ambiental (sostenibilidad)
 - En maximizar la experiencia de compra (extensión de la marca)
2. El empaque debe ser diseñado de acuerdo a la **misión de compra**
 - ✓ No todas las expectativas son iguales ni se espera lo mismo de todos los empaques
3. La adecuada **experiencia** en el ecommerce determina su continuidad
 - Las tendencias apuntan a un crecimiento del ecommerce y especialización de sus empaques.



¡No hay una segunda oportunidad
para dar una primera **impresión!**

**OPEN THE
FUTURE**

A large blue arrow pointing right, containing the text 'OPEN THE FUTURE'. The word 'OPEN' is in blue, and 'THE FUTURE' is in white. The arrow is set against a dark blue background with a subtle starry pattern.

PRIVATE & CONFIDENTIAL