



BubbleWrap I.B. Expressions

Výplně a fixace pod drobnohledem

SE ZVYŠUJÍCÍM SE VÝKONEM EKONOMIKY, ROSTOUČÍ PRŮMYSLVOU VÝROBOU, INTERNALIZACÍ OBCHODU A NAVYŠUJÍCÍ SE SPOTŘEBOU DOMÁCNOSTÍ SE ROLE OBALOVÉHO MATERIÁLU DOSTÁVÁ STÁLE VÍCE POD DROBNOHLED. A TO NEJEN OBAL JAKO TAKOVÝ, ALE I **VÝPLŇOVÝ A FIXAČNÍ MATERIÁL**, KTERÝ MUSÍ VÝROBEK V PRIMÁRNÍM ČI SEKUNDÁRNÍM OBALU OCHRÁNIT A ZABEZPEČIT PROTI NECHTĚNÉMU POHYBU.

Adriana Weberová

Fenoménem dnešní doby je e-commerce. Spotřebitelé v posledních několika letech významně mění své nákupní chování a přesouvají nákupy z kamenných obchodů do e-shopů. Odhadovaný každoroční růst sektoru e-commerce se pohybuje mezi 30 a 35 %. V České republice je dokonce již 37 000 e-shopů. Jen pro představu, stejný počet jich je například ve Velké Británii. Tento trend zvyšuje požadavky na logistiku a samotnou ochranu zboží při přepravě.

Podle aktuálních průzkumů až 39 % zákazníků sdílí své zkušenosti s ostatními, například když jim dojde zakoupené zboží přes e-shop v unikátním obalu. „Až 63 % zákazníků e-commerce kupujících dárky by si rádo připlatilo za prémiový

obal. Jiným faktem je, že firmy sledující spokojenost zákazníků rostou pětikrát rychleji,“ podotýká Petr Martinek, jednatel společnosti BRANOPAC CZ.

E-shopy si začínají uvědomovat důležitost obalů

Zákazník je stále náročnější a vzhledem ke zvyšující se konkurenci v sektoru e-commerce se e-shopy začínají uvědomovat, že jejich konkurenční výhoda je nejen v ceně produktu, ale že klíčovou roli hraje i logistika a balení. Vše je i o emocích. Nakupování v e-shopu musí být zážitek, ten si totiž zákazník nejlépe pamatuje a ovlivní jeho rozhodnutí o opakovaném nákupu v budoucnu.

Obal by měl proto sloužit nejen jako ochrana produktu, ale je třeba ho využít i pro marketingové účely s cílem budovat image značky a podpořit již zmíněný opakovaný nákup, nesmíme opomenout snadnou manipulaci a otevření obalu. „Samozřejmě je nutné zabezpečit, aby výrobek dorazil nepoškozený a emoční efekt při rozbalování zásilky byl umocněn efektním a efektivním výplňovým materiálem uvnitř obalu,“ připomíná Petr Martinek. Zákazníci si stále častěji kupují více variant daného produktu (např. boty a oděvy si objednávají ve více velikostech) – i zde je prostor pro další odlišení se od konkurence díky možnosti nabídnout obalu pro zpětné zaslání nevhodného nebo nepadnoucího zboží.

Správně zvolený fixační materiál je klíčem ke zvyšování efektivity balení a zabraňování škodám

Vnitřní fixaci produktu je možné provést mnoha způsoby, ale díky narůstající poptávce se zvyšují požadavky na rychlost vychystání zakázky. Proto je nutné vždy zvolit nejefektivnější způsob, který se vyhodnocuje počtem vychystaných balíků za jednotku času na jednoho pracovníka. Správně zvolený výplňový fixační materiál je klíčem ke zvyšování efektivity balení a zabraňování škodám způsobeným při přepravě k zákazníkovi. V podstatě můžeme vše kolem balení shrnout do čtyř základních činností: 1. optimalizace obalu, 2. zabraňování škodám při přepravě produktu, 3. rychlost vychystávání zakázky a 4. pozitivní zkušenosti zákazníka.



StealthWrap

Fixaci lze vyrobit z široké škály materiálů

Pro fixaci je možné zvolit různé materiály, například mačkaný papír, bublinkovou fólii, vzduchové polštářky, pěnová fixační tělíska, speciální obaly udržující produkt zavěšený uvnitř krabice či PUR pěnu. Každý má své výhody a nevýhody, proto je třeba vždy zvolit vhodný způsob fixace v kontextu

s charakterem produktu, způsobem a vzdáleností přepravy. Variantnost umožňuje přesně vystihnout očekávání a potřeby zákazníka. Technologie fixací jde neustále vpřed a vývoj přináší nové možnosti, které odsouvají klasické materiály, jako je například bublinková fólie, do pozadí. Stále více se firmy snaží sledovat své náklady na balení v celém kontextu včetně dopravy, skladování, operativní manipulace, účinnosti, jednoduchosti, rychlosti, reklamaci a nákladů na reklamace. Proto je důležité vždy vypracovat detailní projekt zohledňující všechny náklady balení, nejen ceny jednotlivých fixačních materiálů na jednotku.

Pro ještě větší zvýšení efektivity balení se na trh dostávají nové technologie, které zautomatizují celý proces. Jako příklad lze uvést technologie od společnosti SealedAir (e-Cube, I-Pack, FloWrap, StealthWrap) či novinky od společnosti Ranpak, která koupila společnost e3neo. Tyto společnosti na tuzemském trhu zastupuje společnost BRANOPAC CZ.

TECHNOLOGIE FIXACÍ JDE NEUSTÁLE VPŘED A VÝVOJ PŘINÁŠÍ NOVÉ MOŽNOSTI, KTERÉ ODSOUVAJÍ KLASICKÉ MATERIÁLY, JAKO JE NAPŘ. BUBLINKOVÁ FÓLIE, DO POZADÍ.

Novinky v oblasti fixace, které byly na trh uvedeny počátkem roku 2017 nebo budou uvedeny během letošního roku:

■ Technologie BubbleWrap I.B. Small je považována za jednu z největších novinek tohoto roku. Jedná se o revoluční řešení, které vyrábí bublinkové fólie s průměrem bublin 6 mm přímo v místě balení. To znamená, že si uživatel nafoukne tolik běžných metrů BubbleWrap fólie, kolik potřebuje. Odpadá tudíž nákladné skladování, složitá manipulace a vysoké přepravní náklady. Velkou výhodou BubbleWrap je téměř nemožnost prasknutí, a to díky zvolenému materiálu a designu fólie. Šetří také životní prostředí, protože lze vzít v potaz i snížení emisí kamionů, které bublinkové fólie převážejí, tedy snížení uhlíkové stopy. Další výhodou je snadná manipulovatelnost a poddajnost fólie při balení. Tato technologie možná v budoucnu způsobí revoluci na trhu s bublinkovými fóliemi. *Podobně technologii jsme se věnovali v únorovém vydání magazínu Packaging Herald.*

■ BubbleWrap I.B. Expressions – pro zvýšení atraktivnosti fixačních materiálů ve smyslu účinného marketingu byla na trh uvedena tato technologie, která nafukuje fixační fólie v různých barvách a s možností brandingů – umístění loga přímo na fólii. Největší emoce však ve vás může vyvolat sdělení ve formě nafouknutých motivů, které mohou být ve tvaru srdce, hvězdy, smajlíka nebo textu, jako např. Thank you, Merry Christmas, Happy Holidays a další. Tímto se fixační materiál stává efektivním marketingovým nástrojem a e-commerce tak získává více možností, jak si udržet zákazníky a odlišit se od svých konkurentů.

BubbleWrap I.B. Expressions



■ BubbleWrap I.B. Pouch – toto inovativní řešení uvedené během letošního roku umožní uživateli si vyrábět bublinkové sáčky přímo v místě balení. Díky různým tloušťkám použité fólie New Air Flex nebo Express se budou moci efektivně ochránit a zafixovat produkty různých hmotností. Tuto technologii bude možné použít například pro balení tonerů, počítačů, počítačových komponentů, náhradních dílů pro automotive a elektro, šperků, vín, kosmetiky a parfémů.

■ New Air I.B. Extreme bude také uvedeno v průběhu letošního roku a bude alternativou k PE a PUR pěnovým fixačním řešením určeným k balení a fixaci těžších produktů, jako jsou například čerpadla, nebo pro ochranu hran nábytku, elektrospotřebičů či elektroniky.

■ Geami WrapPak HV Paper Cutter – tato technologie je určena zejména pro balení a fixaci dárkového zboží, porcelánu, sklenic a mnoha dalších produktů, které je nutné efektivně a účinně zabalit. Tato technologie získala ocenění Obal roku 2016. Inovace pro rok 2017 spočívá v zakomponování řezacího nože pro zlepšení a zrychlení balicího procesu. Dále byl na trh uveden Geami WrapPak M, což je stroj určený pro uživatele s menší spotřebou obalového materiálu.



FloWrap

■ Bulk Pallet – pro výplňové technologie mačkaného papíru FillPak a PadPak LC bylo na trh uvedeno inovativní řešení ve formě „nekonečného papíru“, kdy zásobní paleta s papírem pro FillPak stroje má návin 12 km (gramáž papíru 50 g/m²) a pro PadPak LC 8,6 km (70 g/m²), resp. 7,2 km (90 g/m²). Operátor balicí stanice tak nemusí ztrácet čas doplňováním fixačního materiálu.

Z výše uvedeného je zřejmé, že trh s obalovými materiály je velice inovativní a reaguje na zvýšenou potřebu ochrany zboží v důsledku expanze e-commerce. „Vhodně zvolenou technologií pro fixaci lze v průměru ušetřit 30 % nákladů,“ upozorňuje na závěr Petr Martinek. ■

