**Opakowanie świadczy o e-sprzedawcy**

**Sposób pakowania przesyłek wiele mówi o w sklepie internetowym. Klienci coraz częściej interesują się opakowaniami, a przedsiębiorcy powinni zwrócić uwagę na ten aspekt zarówno ze względu na swój wizerunek, ekologię, jak i koszty.**

To może być zaskakujące, jak wiele sklepów internetowych oraz sprzedawców platform e-commerce wciąż ignoruje kwestie związane z ekologią. Na ich nieszczęście, o wiele wrażliwsi na ten aspekt są klienci, którzy czasem nawet publikują na swoich kontach w mediach społecznościowych zdjęcia paczek, które szczególnie ich zbulwersowały. Co takiego wzbudza ich niezadowolenie?

Przede wszystkim używanie dużych ilości tworzyw sztucznych, przy czym chodzić może zarówno o owijanie pudełek folią, jak i o stosowanie syntetycznych, głownie foliowych wypełnień. Niektórzy sprzedawcy stosują je nawet w odniesieniu do produktów, które nie są podatne na uszkodzenia. Inni wkładają kilka metrów folii bąbelkowej do jednej paczki, żeby wypełnić pustą przestrzeń w źle dobranym, zbyt dużym pudełku. A przecież tworzywa sztuczne nie są najlepszym rozwiązaniem podobnych problemów.

**Ekologiczne opakowania to podstawa**

W dobie rosnącej świadomości ekologicznej i coraz wyższych oczekiwań konsumentów, zrównoważony rozwój staje się priorytetem dla wielu branż, w tym dla e-commerce. Sklepy internetowe muszą stawić czoła wyzwaniu, jakim jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko, a jednym z kluczowych aspektów jest ekologiczne pakowanie przesyłek. Szczególnie ważne są tutaj dwie kwestie. Pierwsza z nich to wybór odpowiednich materiałów.

Większość sprzedawców korzysta z pudełek kartonowych i należy to zaliczyć na plus. Najlepiej, jeśli zewnętrzne opakowania nie mają lakierowanej warstwy nadruku, ale są „czystym” kartonem. Niektóre sklepy idą jeszcze dalej i w ogóle nie pakują towaru w dodatkowe pudełka. Praktykują to choćby niektóre sklepy z elektroniką. Jeśli urządzenie jest już odpowiednio zapakowane przez producenta, sklep lub firma logistyczna przykleja etykietę kurierską bezpośrednio na takim pudełku. Nie ma powodów, aby na przykład szczelnie zapakowaną drukarkę, pakować jeszcze dodatkowo w kolejne pudło.

Jeśli jednak wypełnienie jest potrzebne, ponieważ paczka składa się z kilku produktów, albo są one narażone na uszkodzenie, wówczas – zamiast folii bąbelkowej – zastosować można wypełniacze ze skrobi kukurydzianej, papier kraftowy lub wkłady z recyklingowanego papieru. Takie materiały są nie tylko łatwo rozkładalne, ale również mogą być przetwarzane w naturalny sposób, zmniejszając zanieczyszczenie środowiska.

Ekologiczne mogą być równie taśmy pakowe. Taśmy papierowe z klejem na bazie wody są ekologiczną alternatywą dla tradycyjnych taśm. Są one nie tylko biodegradowalne, ale także łatwe do usunięcia, więc można wygodnie oddzielić je od opakowania.

**Im ciaśniej, tym lepiej**

Druga sprawa, o której często się zapomina, to dobór wielkości opakowania do rozmiarów tego, co ma znaleźć się w jego wnętrzu. Nadmiar wypełniaczy zazwyczaj wynika właśnie stąd, że niektórzy sprzedawcy nawet do małych towarów stosują duże pudełka. A przecież dopasowanie opakowania do wielkości produktu to nie tylko ekologia, ale i niższe koszty.

Producenci opakowań oferują obecnie nie tylko pudełka w wielu rozmiarach, ale także kartony dopasowane do konkretnych rodzajów produktów. Tuby, kartony płaskie, kartony dla ogrodnictwa, kartony na książki, a nawet wielkie pudła na felgi i opony – do każdego typu towaru można dobrać właściwe opakowanie.

Mniejsze pudełko powoduje, że można zastosować mniej wypełnienia, a przesyłka zajmuje mniej miejsca w transporcie. Zmniejsza się więc ślad węglowy generowany przez daną przesyłkę. Ekologia i ekonomia idą tutaj w parze.

**Dobór firm do współpracy też ma znaczenie**

Wiele firm, szczególnie tych najmniejszych, zajmuje się pakowaniem zamówień samodzielnie. Inaczej jest jednak w przypadku e-sklepów, które decydują się na outsourcing usług logistycznych, a szczególnie fulfillment. Przy takiej współpracy firma logistyczna nie tylko zapewnia przestrzeń magazynową, ale zajmuje się także pakowaniem przesyłek w imieniu e-sklepu oraz organizuje ich wysyłkę do klientów końcowych. Jeśli więc sprzedawca współpracuje z operatorem logistycznym, powinien zainteresować się tym, w jaki sposób taka firma radzi sobie z pakowaniem zamówień.

- Dzięki naszym fit-paczkom, kurierzy nie wożą powietrza – mówi Urszula Rąbkowska z firmy logistycznej XBS Group. – Dbamy o to, żeby nasze opakowania były ekologiczne, a przy tym dopasowane do rozmiaru i kształtu przesyłki. Dzięki dobrze dobranemu rozmiarowi towar nie przemieszcza się wewnątrz pudełka. W razie potrzeby stosujemy wypełnienia, ale one także są wykonane z ekologicznych materiałów – podkreśla.

Dzięki dbałości o odpowiednie pakowanie przesyłki docierają do celu w idealnym stanie, a jednocześnie wzmacniają ekologiczny wizerunek sklepu, będącego w tym przypadku klientem operatora logistycznego.

**Opakowania wpływają na wizerunek**

E-sklep może, a nawet powinien wykorzystywać fakt ekologicznych opakowań w swoich przekazach marketingowych. Działanie w duchu ekologii oraz wybór do współpracy firm, dla których dbałość o środowisko również jest ważna, może być ważnym argumentem dla wielu klientów.

Dodatkowo sklep może informować klientów o stosowanych przez siebie ekologicznych produktach, a także dołączać ulotki lub przesyłać mailem wskazówki dotyczące właściwego sposobu segregowania dostarczonych z towarem opakowań.

Ekologiczne pakowanie przesyłek to nie tylko moda, ale konieczność w kontekście globalnych wyzwań środowiskowych.

- Sklepy internetowe, które zainwestują w zrównoważone praktyki pakowania, mogą nie tylko zmniejszyć swój negatywny wpływ na środowisko, ale także zyskać lojalność i zaufanie świadomych ekologicznie klientów – zauważa przedstawicielka XBS Group.

Przyszłość e-commerce leży w zrównoważonym rozwoju, a ekologiczne pakowanie jest jednym z kluczowych elementów tej strategii.

Źródło:[XBS Group](https://xbsgroup.pl/)