

Ambalajda gerçek inovasyon

Onlarca markadan, bu markaların altında yüzü aşkın ürün seçeneğinden oluşan dev bir çamaşır deterjanı pazarı düşünün. Ardi arkası kesilmeyen bedava ürün ve fiyat promosyonları, en az yedi haneli bütçeler gerektiren ulusal iletişim kampanyaları, hedef kitle içindeki sayısız alt segment ile ilişki kurmaya yönelik lokal kampanyalar... Böyle bir kategoride iş yaptığınızı ve yeni lanse ettiğiniz ürünün tam üç ay içinde pazar payında üçüncülüğe ulaştığını hayal edin. Hangi pazarlama ekibi böyle bir hayalin gerçek olmasını istemez? Sürdürülebilir gelişim vizyonu ve uygulamalarında lider, ABD bazlı Seventh Generation için hayal gerçeğin ta kendisi.

Seventh Generation tarafından geliştirilen "Natural 4X" çamaşır deterjanı başarısını önemli ölçüde çevreci ambalajına borçlu.

Ambalajın %70'i kullanılmış kartondan, %30'u ise gazete kağıdından oluşuyor. Sıvı haldeki deterjanın ambalajı eritmesini engelleyen iç torba ise polietilen bir katmandan ibaret. Bu iç katman ambalajdan ayrılarak market torbaları ile aynı geri-dönüşüm noktalarına atılabiliyor. Petrol kaynaklı malzemenin ince bir torbaya indirgenmiş olması klasik sert ambalaja göre plastikten %66 tasarruf elde edilmesini sağlıyor. Malzemeden tasarrufun yanısıra ambalajın stoklanması da son derece inovatif bir yaklaşım ile çözülmüş durumda. Karton ve gazete kağıdından oluşan dış kabuklar ikiye ayrılmış ve birbirlerinin içine geçmiş şekilde Seventh Generation fabrikasına nakliye ediliyor. İç torbalar zaten pek bir yer tutmuyor. Sonuçta, sadece bir tır içinde, geleneksel plastik ambalajlara göre dokuz kat daha fazla ambalaj sevk ediliyor. Bu da yakıttan, dolayısıyla karbon emisyonundan ciddi oranda tasarruf demek.

TRENDESK gelecek eğilimlerinin ve yeni bir inovasyon disiplini olan Biyomimikri'nin gücünü işe taşıyor. Geleceğin ambalajını yaratmak için TRENDESK ile temasa geçin: **212 366 0233**

Algı tarafındaki en önemli başarı ise, ürünün rafta gerçekten farklı durması ve çok daha düşük oranda doğada çözülebilir olan sert plastik ambalajlı deterjanlardan farklı olduğunu adeta "bağırması". Sıradan tüketici farkı net olarak algılıyor. Ve tabii Seventh Generation inovatif çözümü çamaşır deterjanının dışındaki farklı ürün kategorilerinde de kullanmayı hedefliyor.

Ambalajın sürdürülebilir gelişim doğrultusunda içinden geçtiği değişim yeni bir güzellik kavramı yaratmakta: Güzel ambalaj artık sadece göze estetik görünen ambalaj değil. Güzel ambalaj aynı zamanda çevreye daha az zarar veren, enerjiden ve doğal kaynaklardan tasarruf eden

ambalaj. Hızla tükenen doğal kaynakları daha akıllıca değerlendiren bir dünyada ambalaj neye benzer? Bu soru son kullanıcıya eskisi kadar uzak değil. Çöpe giden ve orada yüzyıllarca kalan her ambalaj ile marka imajının da çöpe gideceği bir geleceğe doğru ilerliyoruz.

