

Advertorial: Verpakkingsinspiratie uit New York, om te delen

09-09-2019 09:49



Als verpakken al 100 jaar de core business is waarbij je klanten doorlopend vernieuwing en verrassing wilt bieden, moet je grenzen verleggen, scherp zijn op trends, eager zijn. Om die reden gaat het creatieve team van Paardekooper, WrappIDup, geregeld op inspiratietour. Om ideeën op te doen, te absorberen en zich te verbazen, te kijken wat technisch kan en vervolgens in samenspraak met de klant de vertaalslag te maken naar uniek maatwerk. Onlangs vlogen Linda van den Heuvel en haar collega Jolanda Serraarens naar New York, place to be als het om consumeren en verleiden gaat.

Een week lang keken Van den Heuvel en Serraarens hun ogen uit. “We gaan geregeld op inspiratietour, dit keer was het internationaal. Het leverde op het gebied van luxe cadeauverpakkingen, de specialiteit van mijn collega Jolanda, het summum op. Ook qua food trouwens, mijn specialiteit”, zegt Linda. “We hebben meer dan 10.000 foto’s gemaakt en twee koffers met samples mee teruggenomen. De conclusie: Amerikanen kijken totaal anders naar verpakken. Deels vanuit regelgeving, veiligheid en afvalsystemen, maar vooral omdat verpakken verkopen is. In materialen, producten, kleuren en vormen kan hier alles!”

Wat viel WrappIDup op? In New York geldt: Everything is Awesome! Een aantal van de gespotte verpakkingstrends uit NYC:

Retail is meer dan je winkel

“Bedrijven gaan ver om de klant te prikkelen. We zagen het bijvoorbeeld bij de flagshipstore van Glossier, een net geopend make-up concept voor jonge meiden. De winkel zit barstensvol techniek. Bestellen en afrekenen doe je in soort showroom bij een medewerker. Persoonlijke service en contact domineren, verkoop voltrekt zich in workshopachtige sfeer. Centrale kassa’s zie je niet, mobiele betaalmogelijkheden bij medewerkers wel. In een speciale wachtruimte - wat een beleving! - wordt jouw bestelling vervolgens futuristisch, gepersonaliseerd en feestelijk verpakt afgeleverd.”

Ordinary Classy

“Ordinary Classy, die naam bedachten we voor de trend between ordinair en klassiek. In dit geval: een bubblewrap in een luxe uitvoering. Een tasje dat begeerte opwekt, zo aantrekkelijk dat het meteen door klanten op Instagram gedeeld wordt. We werden er zelf een beetje hebberig van. Plastic is bij ons in de ban geraakt maar komt vanuit luxe terug. Nu wél keer op keer herbruikbaar en daardoor minder schadelijk voor het milieu.”

Overall eten

“Eetcultuur op straat is nergens zo ontwikkeld als in New York, alles wordt meegenomen voor onderweg. We bezochten de foodmarket Smorgasburg, de grootste openluchtfoodmarket in de VS die elke zaterdag in Brooklyn plaatsvindt. Fantastisch! We zagen de meest wonderlijke verpakkingen. Extreem op een goede manier, uniek in presentatie. Product- en materiaalcombinaties die we nog nooit hadden gezien, wat een feest! Daar kunnen we zeker wat mee voor klanten. In vernuft en ontwerp is, als je even verder kijkt, zoveel meer mogelijk!”

Uber Blurring

“Verpakkingsmaterialen nu eens anders gebruiken, ook dat spotten we geregeld. Ice-tea in een jerrycan, omgekeerde PET-bekers als verrassend passende cup-cakeverpakking. Maar ook blokbodemzakken die wij kennen uit de Amerikaanse supermarkten in een nieuwe gedaante. Met een kleine twist qua uitvoering werden ze luxe verpakking voor fashion & gifting. Het gave is dat voor elke klant op deze manier een unieke verpakking te realiseren is.”

Customizen

“Personaliseren wordt tot kunst verheven. In producten zoals one-piece zijde schoenveters met je unieke patroon dat niemand anders in de wereld heeft. En met zelfgekozen eindknopjes die er meteen worden opgezet. Wat te denken van ‘onze’ chocoladeletters, die hier het jaar rond als gepersonaliseerd chocoladecadeau leverbaar zijn. Of het snoepconcept dat een hele wand creëerde met door celebs gevulde snoepkotten, hun favoriete snoepmixen. Geweldig, je krijgt zin om meteen te kopen, kopen, kopen! Commercieel is New York een stap verder met gepersonalisatie, dat maakt kopen zoveel leuker.”

Fill it yourself

“Zijn het lazy retailers of is het de trend waar consumenten dol op zijn? Op veel plekken kun je zelf scheppen en afvullen: snoep, melk, pindakaas; noem het maar op. Die hippe beleving vraagt om unieke verpakkingsconcepten. Die zijn er genoeg. Wat wij ook zagen was dat consumenten het vooral hartstikke leuk vinden.”

Alles to go

“Restaurants zijn hier ultiem toegerust om eten mee te laten nemen. Wij kennen inmiddels de doggybagcultuur, wat we nu ook zagen is dat de fancy restaurants veel to go en to deliver aanbieden. Daarvoor zijn in alle vormen en stijlen verpakkingen ontwikkeld. Differentiatie valt op, elk item heeft zijn unieke verpakking, in vorm, formaat en kleur. Tegelijk blijft alles herkenbaar. Amerikanen hebben een creatieve kijk op simpele dingen.”

Easy Giving

“Een cadeautje inpakken doet een Amerikaan niet zo snel, er heerst geen inpakcultuur zoals wij die kennen. Waar ze wel goed in zijn is Easy Giving: voor een dollar meer krijg je een kant-en-klare cadeauverpakking.”

Easy paying

“Snel en smart, betalen wordt steeds vaker via exclusiviteitsconcepten als Applepay of Amazon verricht. Exclusiviteit triggert begeerte, ontdekten we aan den lijve.”

Een week New York leverde een schat aan ideeën op, stimuleert om anders te kijken en naar oplossingen te zoeken. “Met een frisse blik kijken naar wat allemaal kan, dat is het idee waarmee we zijn teruggekeerd. De ambitie is niet om ideeën een-op-een te kopiëren, maar om samen met onze klanten te kijken naar wat voor hen de meest aantrekkelijke en opvallende oplossing is. We keerden terug met een schat aan inspiratie. Amerikanen zijn goed in wat je ziet: de buitenkant. Zij weten allang dat verpakking verkoopt.”

Inspireren, inpakken en samen verpakkingsoplossingen ontwerpen die van toegevoegde waarde zijn voor jouw bedrijfsidentiteit of merk. Dat is het uitgangspunt van WrappIDup. Met een doordachte verpakkingsoplossing (wrapper) brengen wij jouw merk (ID) naar een hoger level (up). WrappIDup is een bron van inspiratie en ondersteunt het proces van idee tot creatie. Daarom: Inspire & Create. Van elk idee, globaal of concreet, maken wij een nieuw verpakkingsproduct, waarmee wij jou én jouw klanten verrassen.

www.wrapplDup.nl