

5x hoe je technologie inzet voor verpakkingen

01-06-2021 12:02



Technologische ontwikkelingen op het gebied van verpakkingen staan niet stil. QR-codes, 3D-printing, kunstmatige intelligentie en augmented reality-packaging zijn hier slechts een aantal voorbeelden van. De ontwikkelingen volgen elkaar in een rap tempo op. Als bedrijf is het van belang dat je bewust bent van deze technologische trends en je de vraag stelt: 'hoe kan ik trends inzetten voor mijn verpakkingen?'. Zo verschaftte Albert Heijn met augmented reality extra productinformatie over waar het product bijvoorbeeld vandaan komt.

Aan de hand van voorbeelden laten we zien hoe je technologische trends succesvol kunt inzetten op jouw verpakkingen.

Snapcodes op verpakkingen

Het bananenmerk Chiquita heeft samengewerkt met Snapchat. Er werden speciale blauwe stickers ontworpen om op 17 april de Wereldbananendag te vieren. In totaal zijn er 200 miljoen blauwe stickers bedrukt met een Snapcode. Deze blauwe stickers zijn aangebracht op de Chiquita-bananen en hadden verschillende filters, waaronder een Gamified-filter. Dit filter nodigde Snapchat-gebruikers uit om vallende Chiquita-bananen in een fruitschaal op te vangen en punten te scoren.

Deze campagne had als doel om Chiquita op een speelse en vrolijke manier met haar klanten in contact te laten komen. Tegelijkertijd herinnert de blauwe sticker de consument waar Chiquita als duurzaam merk voor staat. Dit is een van eerste initiatieven waarin een Snapcode wordt verwerkt in een (product)verpakking. De komende jaren zullen er waarschijnlijk meer merken zijn die een Snapcode aanbrengen op hun verpakking.

Augmented reality en verpakkingen

Amazon weet slim gebruik te maken van AR op hun verzendozen waardoor de e-commerceer extra aandacht en bewustzijn creëert. Twee voorbeelden van hoe Amazon dit aanpakt:

Amazon experimenteert met augmented reality verpakkingen

De webwinkelgigant Amazon blijft hun augmented reality (AR) aanbod uitbreiden. Zo heeft Amazon in het verleden hun 'Room Decorator'-tool uitgebracht. Met deze functionaliteit kunnen shoppers meerdere augmented meubelstukken in een kamer plaatsen.

Sinds oktober 2020 heeft Amazon de 'Amazon Augmented Reality'-app gelanceerd. Deze app is gratis te downloaden voor zowel Android- als iOS-apparaten. Met de app kunnen klanten hun kartonnen doos tot leven brengen. Om gebruik te maken van de AR applicatie moeten gebruikers hun smart device boven de QR-code houden die te vinden is op de zijkant van de Amazon verzendoos.

Zo lanceerde Amazon speciaal voor Halloween een verzendoos waarmee klanten hun eigen pompoen konden ontwerpen en tot leven zien komen. Op deze manier probeert de webwinkelgigant klanten aan te moedigen om een creatieve draai aan de verpakkingen te geven als onderdeel van het "Less Packaging, More Smiles"-initiatief. In de zomer werden shoppers aangemoedigd om QR-codes te scannen en de instructies te volgen om creaties met de kartonnen doos te maken zoals een robotkostuum of een kattenfort.

Amazon promoot de serie "The Pack" door middel van augmented reality

Om de nieuwe serie "The Pack" van Amazon te promoten, bedacht het een nieuwe AR-ervaring op zijn verzendozen. Het is een realityserie waarin baasjes met hun hond meedoen aan een avontuurlijk spelprogramma. Twaalf honden en hun baasjes worden op internationaal avontuur gevolgd. Zo konden klanten kennismaken met de harige cast van de nieuwe tv-serie door de QR-code op de verzendoos te scannen. Vervolgens konden gebruikers van de app de 13 honden uit de cast via AR bekijken.

De honden blaffen niet alleen, maar volgen ook je blik en je kunt ze zelfs virtueel aaien door op het scherm te tikken. Er is ook een optie waarmee je een foto kunt maken van een vriend die poseert naast een van de vierpotige reality-sterren.

AI en verpakkingen

Niet alleen augmented reality, maar ook kunstmatige intelligentie spelen in de toekomst een belangrijke rol voor de verpakkingsector. De technologie kan bedrijven helpen met automatiseringsoplossingen, zoals te zien is bij deze voorbeelden van Sam's Club en drogisterijketen CVS Pharmacy.

Kunstmatige intelligentie om productverpakkingen te herkennen

In een laboratoriumwinkel van Sam's Club test Walmart een nieuwe 'Scan & Go'-app uit. Deze app maakt gebruik van kunstmatige intelligentie om producten te herkennen die uit het schap gepakt worden. Het idee erachter is dat klanten de streepjes code van de productverpakking niet hoeven te scannen bij het afrekenen. Hiermee winnen ze tijd.

Walmart opende de Sam's Club Now laboratoriumwinkel om hier in een live omgeving nieuwe technologieën te testen. Denk hierbij aan elektronische etiketten, 'in store' navigatiesystemen en mobiele kassa's. Nu lanceert de Walmart er een nieuwe versie van zijn app Scan & Go, die shoppers toelaat om boodschappen te scannen en af te rekenen met hun smartphone.

Het systeem heeft als belangrijkste voordeel dat shoppers niet langer op zoek hoeven naar de streepjescode op de verpakking. Producten worden namelijk herkend met behulp van beeldherkenning, machine learning en

kunstmatige intelligentie. Klanten winnen daardoor gemiddeld zes seconden per gescand product, meent Walmart. De nieuwe technologie kan in de nabije toekomst ook gebruikt worden in de scantoeestellen van winkelmedewerkers. Zij zouden op deze manier efficiënter en sneller kunnen werken. Er blijft daardoor meer tijd over voor klanten.

Kunstmatige intelligentie maakt pratend etiket mogelijk

De Amerikaanse drogisterijketen CVS Pharmacy heeft Spoken Rx aangekondigd. Het is een nieuwe functie in de app, die het mogelijk maakt om een specifiek receptetiket hardop voor te lezen voor patiënten met een visuele handicap of die geen standaard gedrukte etiketten kunnen lezen.

CVS is van plan om tegen het einde van 2020 op 1.500 apotheeklocaties RFID-labels toe te voegen aan de recepten. Deze slimme etiketten kunnen worden gescand door de Spoken Rx-functie in de app en vervolgens hardop worden voorgelezen door Sire of de Google Assistent op hun telefoon of ander smart device. in het Engels of Spaans. De naam van de patiënt, de naam van het medicijn, de dosering en aanwijzingen worden genoemd. Spoken Rx zal tegen eind 2021 beschikbaar zijn in alle CVS Pharmacy-locaties, aldus het bedrijf. De ontwikkeling van Spoken Rx werd ondersteund door de American Council of the Blind, die CVS hielp bij het testen van de technologie.

Technologische trends voor verpakkingen 2021

De technologische trends voor verpakkingen die we in 2021 gaan tegenkomen: kunstmatige intelligentie, augmented reality en snapcodes. Het zijn actuele en grote thema's waar elk jaar weer een stap voor wordt gezet. Ook volgend jaar bereiken we het eindstation nog niet en het kan nog jaren duren voordat we weten of we de juiste dingen doen voor het gewenste effect op macro-niveau.

Dit artikel is geschreven door Marthijn van Oostveen, tekstschrijver bij Vendrigpackaging.com.

Marthijn van Oostveen, tekstschrijver bij Vendrigpackaging.com