



E- COMMERCE

Unboxing: Si puedes comprarlo, hay un video para ver. Cómo se hace y para qué



Los videos de Unboxing son una tendencia extraña que se están volviendo más y más populares entre los jóvenes a medida que se hacen más sobre una gama de productos cada vez más diversificada.

Si aún no lo has visto, un video de unboxing es exactamente lo que parece. En su esencia, «unboxing» es el proceso de registrar el momento en que un producto se abre y se retira del embalaje en el que se vendió. Nuevamente, si aún no has visto uno, probablemente estés pensando: “¿Por qué alguien vería a otras personas abrir el embalaje de su producto?”

Más de 90,000 personas escriben “unboxing” en YouTube cada mes.
Hay casi 40 videos con más de 10 millones de visitas.

Los productos van desde teléfonos y ropa hasta figuras de acción y ropa de cama, en idiomas que van del portugués al surcoreano.

Estas son solo algunas de las estadísticas demenciales sobre la tendencia del comercio electrónico de los videos de unboxing. [Ver aquí](#)

Entonces, ya sea que no estás seguro de por qué nos encantan los videos de desempaquetar, o si quiere saber cómo usarlos para su ventaja, puedes leerlo a continuación.

¿Por qué es tan popular unboxing?

Walter Isaacson de Apple dijo:

“Steve [Jobs] y yo pasamos mucho tiempo en el empaque. Me encanta el proceso de desempacar algo. Usted diseña un ritual de desempaqueado para que el producto se sienta especial. El packaging puede ser teatro, puede crear una historia». Y es exactamente por eso que los videos de Unboxing son tan populares.

El embalaje al que llegan los productos es el teatro. Es la etapa que le presenta el evento principal, a medida que lo consume y lo digiere.

De niño, la Navidad y tu cumpleaños fueron la mejor época del año, ¡porque recibiste regalos!

Tus ojos se iluminaron como el árbol de Navidad donde estaban tus regalos en el momento en que viste tus regalos. La emocionante anticipación era nada menos que magia. La sorpresa y el deleite fue puro éxtasis.

Los adultos, como tú, son solo niños adultos. Una carrera profesional no nos impide sentir la misma sensación de hormigueo cuando un paquete de Amazon llega a nuestra puerta.

Los videos de Unboxing agrupan esa anticipación y se la entregan a los espectadores.

La adicción de los videos unboxing.

Los videos de Unboxing son adictivos. Transmiten esa emoción de disfrutar algo por primera vez.

Otra razón por la que estamos enganchados a los videos de unboxing es que son una forma de verificar el producto de la compañía sin la necesidad de gastar dinero. Es una forma práctica de ver un producto comercial.

No hay photoshop, ni ángulos de cámara ni trucos de iluminación. Verá que una persona real saca el producto de una caja y lo utiliza por primera vez. Obtendrá una vista no contaminada del producto para ver si se ve como se anunció.

Un video unboxing muestra el producto. Pero también dice mucho sobre la calidad del embalaje y el proceso de entrega.

Los creadores de los videos de Unboxing tienden a prestar mucha atención a los detalles que a menudo pasamos por alto. Llamamos la atención sobre cosas que hacen que el producto y la experiencia de unboxing sean únicos. Decoraciones, regalos y extras, por ejemplo.

Por lo tanto, cualquier espectador puede ver cómo es un producto y compartir esa emoción y anticipación iniciales. Todo esto, sin siquiera comprar el producto.

Los influencers para todo tipo de industrias a menudo crean videos detallados de unboxing. Incluso si eres una marca de caja que comercializa sus productos electrónicamente, puedes aprovechar el alcance de un influencer relevante.

Si eres propietario de una marca, esto es algo de lo que puedes ser parte. Las marcas también pueden aprovechar el hype-train de video unboxing.

YouTube es el segundo motor de búsqueda más grande del mundo. La biblioteca de videos puede presumir de más de mil millones de usuarios mensuales. Casi nadie puede vencer eso, aparte de Google.

Considere por un momento YouTube, marketing digital y productos de consumo.

¿Qué es lo único que forma parte de los tres elementos de un video unboxing?

YouTube es el hogar de miles de millones que quieren relajarse, entretenerse, pero también aprender. Estos espectadores pueden tener sus deseos de compra influenciados por creadores confiables. Los influencers saben que los videos de desempaqueado y revisión obtienen mucho tráfico

Si usted es propietario de una marca, ahora debe estar claro por qué los videos de desempaqueado son poderosos y por qué necesita aprovechar el bum de este momento.

En pocas palabras, sea lo que sea lo que vendas, puedes hacer un video sobre el “unboxing”.

La experiencia unboxing como estrategia de marketing

Desde la perspectiva empresarial, el desempaqueado está llegando a las personas de la manera más honesta y no comercial. Hay una persona que se convirtió en su cliente y decidió compartir la experiencia de su producto. Suena como un sueño de marketing. Y puede ser, si su marca lo aprovecha de la manera correcta.

Primero, debes entregar un producto que sea realmente deseable. Si está vendiendo grifos de cocina o tazas de café, los videos de desempaqueado probablemente no lo ayudarán.

En segundo lugar, debe asegurarse de que su producto se presente para que se destaque de la competencia. Una forma de hacerlo es concentrarse en su empaque y en su experiencia de desempaqueado.

Embalaje del producto y la experiencia unboxing

Tener un producto y un packaging “atractivo” es una parte de un fantástico video de desempaquetar. Pero no pase por alto la caja y el embalaje del producto en sí.

Piénselo: su producto aparecerá en el video de desempaquetado de un influyente. Decenas de miles de personas verán este video con su marca. como punto de foco.

¿Prefieres presentar tu producto en una caja?

¿Cómo está?

O

de esta otra manera



Presentación de producto

Una vez que haya solidificado su caja y el contenido de la misma, deberá resaltar el producto en sí. Cuando se abre la caja, su producto debe ser lo primero que ve el cliente.

Coloque extras debajo del producto para que se encuentren una vez que su cliente haya «consumido visualmente» el producto.



¿Qué son las “Extras”?

Por ejemplo, debajo del producto coloca algún valor extra, una muestra gratuita de otro producto puede aumentar las tasas de retención. Otras cosas, como una etiqueta de devolución, facilitan a su cliente la devolución de su compra si algo no está bien. Un código de descuento para una compra de devolución puede ayudar a que su cliente le compre nuevamente a usted.

Por último, pero no menos importante, no te olvides de decir gracias. Algo tan simple como una nota de agradecimiento puede aumentar la inversión emocional de un cliente en su marca. ¡Un poco de material de marketing adicional también puede ayudar a mostrar a su cliente qué otra cosa tiene que pueda hacerlos



Qué evitar en una experiencia unboxing.

Hay algunas cosas simples que realmente pueden dañar tu experiencia de desempaquetar.

Utilice las cajas de tamaño correcto. Amazon es conocida por su horrible relación caja/producto, no hagas lo que hacen.

Evite el uso de bolsas de burbujas. Incluso si su marca no se ajusta a la imagen «respetuosa con el medio ambiente», use algo que sea reciclable.

Utilice envases simples. Su embalaje no siempre tiene que ser cuadrado o rectangular, pero no lo complique demasiado. Asegúrese de que la caja se cierre de manera correcta y que sea fácil de abrir.

Use la cinta correctamente. Use la cantidad mínima de cinta para asegurar la caja y asegúrese de que la cinta sea fuerte e impermeable.



Fuente: packhelp.com

SECTOR

Bandejas sostenibles en cartón corrugado para Frutas y Hortalizas



Uniq presenta sus nuevas bandejas sostenibles en cartón corrugado

El grupo Uniq es una iniciativa privada de los fabricantes españoles de cartón corrugado para estandarizar las cajas y establecer procesos de control y certificación de los envases. Acaba de

presentar sus nuevas bandejas sostenibles en cartón corrugado en el reciente Congreso de Frutas y Hortalizas (AECOC), celebrado en el Palacio de Congresos de Valencia.

En su búsqueda de nuevas fórmulas para lograr que las frutas y hortalizas lleguen en estado óptimo al consumidor, UNIQ estrena la familia de envases para que los productos frescos recorran toda la cadena logística hasta llegar al punto de venta con la calidad certificada.

Esta nueva solución en cartón corrugado, que todos los productores de España pueden adoptar para sus clientes, es un envase sostenible, probadamente eficiente y fiable para la comercialización de cerezas, frutillas, moras, entre otros frutos chicos.

En palabras de los responsables de la marca *“UNIQ ofrece al mercado la estandarización de un nuevo formato de envases, las bandejas sostenibles 100% cartón corrugado; un material reciclable, renovable y biodegradable”*.

Se trata de una solución que aporta importantes ventajas para el productor agrícola, el comercializador, el distribuidor y el consumidor final. Diseñada para las líneas de envasado actuales, es imprimible y por tanto una herramienta de marketing que actúa como dinamizadora de las ventas, es segura e higiénica, permite tratamientos antihumedad naturales y se presenta como la mejor alternativa al plástico por su imbatible compromiso con la Economía Circular.





Empaque para E-Commerce: Una solución novedosa en cajas para huevos

Smurfit Kappa ha utilizado su servicio e- Smart para permitir que el proveedor latinoamericano líder del mercado de huevos ingrese con éxito en el canal de comercio electrónico.

Granja Mantiqueira decidió lanzar un nuevo 'Club de Huevos' a través del cual los consumidores podrían ordenar huevos en línea para entrega a domicilio en Brasil. Consciente de que el empaque desempeña un papel de importancia crítica para el canal de comercio electrónico, especialmente para un producto tan frágil como los huevos, la empresa encargó a Smurfit Kappa que propusiera una solución.



El fabricante de cajas aprovechó la experiencia de su servicio eSmart para identificar un concepto de empaque que protegería el producto e impulsaría el crecimiento de las ventas. Se creó un paquete de diseño atractivo para promocionar tanto el "Egg Club" como la marca Mantiqueira, además de crear una experiencia positiva para el consumidor.

Diseñado como un maletín con asas para transportar, el empaque mantiene los huevos frescos y seguros en toda la cadena de suministro. También es atractivo desde una perspectiva de sostenibilidad porque se pueden enviar más paquetes durante el transporte y es 100% reciclable, biodegradable y renovable.

Hablando sobre el nuevo producto innovador, Leandro Pinto, Socio Fundador del Grupo Mantiqueira, dijo: «Identificamos un gran interés por esta idea de recibir huevos en casa, por lo que decidimos ofrecer un canal adicional a los consumidores que están buscando más Solución práctica para su vida cotidiana. «Smurfit Kappa trabajó con nosotros para encontrar una solución de empaque sostenible que se presentara en una serie de informes que incluyen el énfasis en la calidad superior de los huevos».

Manuel Alcalá, CEO de Smurfit Kappa Brasil, agregó: "La naturaleza frágil de los huevos fue un factor clave en este proyecto. Tomamos un enfoque basado en datos y utilizamos nuestras herramientas de servicio eSmart para diseñar una solución de empaque atractiva y adecuada para cada propósito. Revisamos todos los aspectos de la cadena de suministro de Mantiqueira para asegurarnos de que todos los productos se entregaran en perfectas condiciones, sin daños ni roturas. Los paquetes que

creamos, hechos de embalajes basados en papel, están optimizados para el canal de ventas de comercio electrónico y satisfacen las necesidades de los clientes que buscan una entrega más rápida y eficiente a sus hogares».

El servicio eSmart de Smurfit Kappa está ayudando a un número creciente de compañías a impulsar el crecimiento de su negocio a través de conceptos de empaque innovadores.



Fuente: www.thepackagingportal.com

AUSPICIAN:



COPYRIGHT © 2015 : CAFCCO, Todos los derechos reservados.
Av. Roque Saénz Peña 846, piso 7º of "A" - Ciudad de Buenos Aires.
Tel: 011-5032-2060/61/62 - Mail: info@cafcco.com.ar