

# Kuljetuspakkauksilla entistä vahvempi BRÄNDIMIELIKUVA

AF

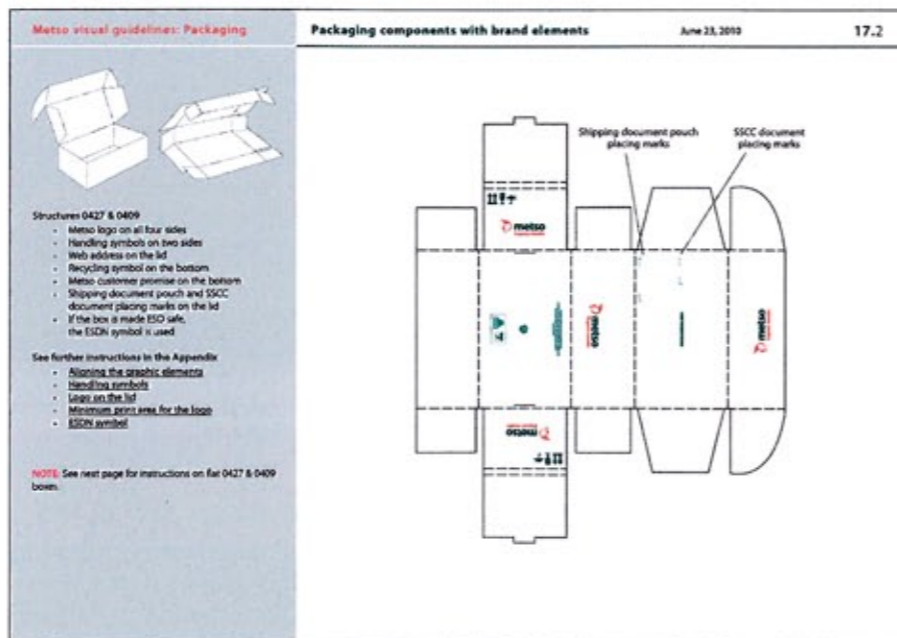
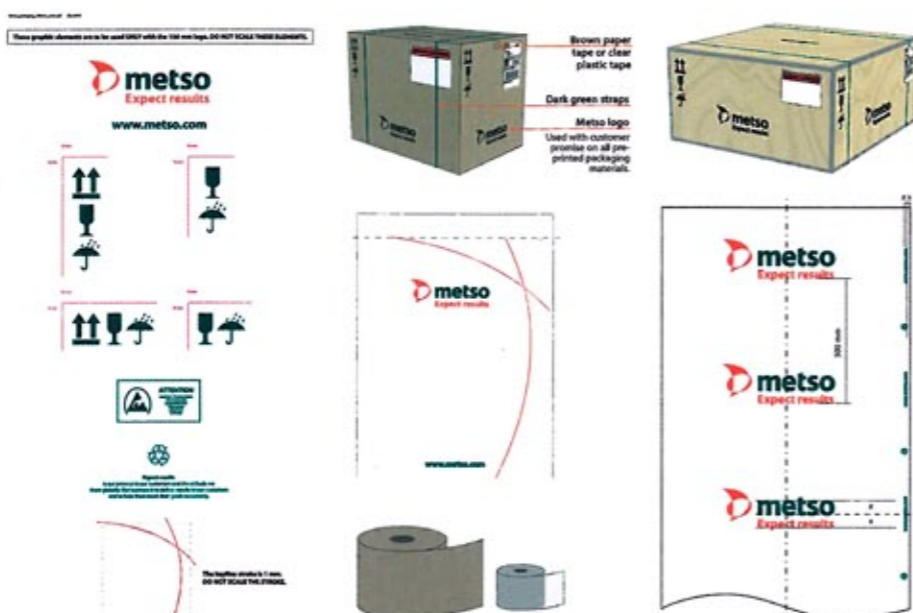
Myös kuljetuspakkausten avulla voidaan vahvistaa brändimielikuvaa varsinkin, kun pakkaukset liikkuvat ympäri maailmaa ja kohtaavat monta eri toimijaa. Metso halusi optimoida kuljetuspakkauksensa ja luoda niille samalla yhtenäisen brändi-ilmeen. Tehtävä oli omalla tavallaan haastava.

Metso Oyj on maailmanlaajuisesti toimiva teknologiakonserni, joka syntyi vuonna 1999, kun Valmet ja Rauma yhdistyivät. Tänä päivänä yhtiön erikoisosaamisen kenttä on valtava, siihen kuuluu ratkaisuja kaivos-, maarakennus-, voimantuotanto-, öljy- ja kaasun-, kierrätys- sekä massa- ja paperiteollisuudelle. Monilla toimialoillaan yhtiö on maailmalla markkinajohtaja.

Metsolla on toimintaa 50 eri maassa ja asiakasprojekteja yli 100 maassa, kertoo yhtiön brändijohtaja **Anne Rantanen**. Koska Metson toimialat ovat hyvinkin erilaisia, myös pakattavien tuotteiden valikoima on melkoinen alkaen muuttaman gramman painoisista liittimistä ja O-renkasista ja päätysten esim. pehmopaperikoneiden jopa yli 200 tonnia painaviin sylintereihin. Tuotteet matkaavat paitsi asiakkaille myös yhtiön omien tuotantolaitosten välillä, ympäri maailmaa.

## Optimointi tehostaa

Vielä muutama vuosi sitten yhtiöllä oli useita eri organisaatio- ja tuotebrändejä, jotka näkyivät myös pakkauksissa. Lisäksi eri tuotantoyksiköt olivat kehittäneet omia pakkausratkaisujaan, jotka vaihtelivat maasta toiseen. Niinpä kuljetuspakkausten määrä ja laatu oli päässyt rönnyilemään melkoisesti.



Metson pakkauksia varten laadittiin myös tarkka ohjeistus.

Pari vuotta sitten yhtiössä käynnistettiin optimointiprojekti, jonka tavoitteena on järjestyttää pakkaamista ja esim. yhtenäistää pakkauksia niin, että kuormalavat ja kuljetusyksiköt voidaan täyttää mahdollisimman tehokkaasti. Samalla haluttiin yhtenäistää pakkausten ulkonäkö ja laatu. Optimointi osoittautui suureksi, mutta kannattavaksi urakaksi.

Optimointiprojektin tulokset ovat olleet Anne Rantasen mukaan huikat, pakkauksien vähentämisellä, yhtenäisen ilmeen soveltamisella ja toimittajien määrän optimoinnilla on päästy jopa 40 prosentin säästöihin. Suomen ja muut Pohjoismaat kattanut projekti on tarkoitus laajentaa nopeasti Metson yksiköihin ympäri maailmaa.

## Laatumielikuva tärkeä

Samaan aikaan Metsossa kiinnitettiin huomiota myös yhtiön laatumielikuvaan. Metson tuotteet kohtaavat matkansa varrella suuren määrän erilaisia toimijoita, joille halutaan antaa Metsosta yhtenäisen, korkeasta laadusta kertova kuva. Metson painotuotteiden ilme uudistettiin pari vuotta sitten, nyt oli pakkausten vuoro, kertoo Rantanen.

Aikaisemmin pakkausratkaisut ja -hankinnat tehtiin eri toimipisteissä pitkälti itsenäisesti; nyt haluttiin, että sama yhtenäinen design toteutuu kuljetuspakkauksissa kaikkialla. Tähän tarvittiin paitsi selkeä ulkoasuunitelma myös ohjeistus, jonka avulla design on helppo toteuttaa missä päin maailmaa tahansa.

Uuden designin suunnittelutehtävän sai Packdesign ID Oy, jonka Emma Kosonen yllätytti siitä valtavasta pakkausten kirjosta, joka Metsolla oli käytössä. Tuotteita pakataan esim. valtaviiin paperikoneen telojen, moottoreiden ja koneiden ympärille rakennettaviin puulaatikoihin, jopa 15 metriä pitkiin vanerilaatikoihin sekä korroosiolta suojaaviin muovipusseihin. Pelkästään aaltopahvilaatikoita oli käytössä useampaa eri vahvuutta ja lukemattomia rakenteita. Lisäksi käytössä oli erikoislaatikoita, jotka esim. suojaavat herkkiä elektroniikkakomponentteja hankaussähköltä.

Kaikkiin näihin pakkausratkaisuihin piti saada yhtenäinen, brändiä tukeva linja. Emma Kosonen kertoo, että työ aloitettiin käytännönläheisesti menemällä Metson varastoille ja eri toimipisteisiin katsomaan, mitä ja miten pakataan ja millaisia pakkauksia on käytössä. Tällainen projektin aloitus olikin erittäin tärkeä koko työn onnistumisen kanalta, korostaa Kosonen.

Suunnittelussa huomioitiin myös ekologiset ja hyötykäytön näkökohdat, sillä pakkauksia käytetään paljon uudelleen ja ne matkaavat usein moneen kertaan esim. Metson yksiköiden tai asiakkaiden välillä. Pakkaaminen tehdään lähes aina käsityönä.

## Valtina selkeys

Pakkausten designissa pyrittiin mahdollisimman selkeään linjaan, jotta se toimii eri materiaaleilla ja erilaisissa olosuhteissa. Design rakentuu muutamalle graa-

fiselle elementille sekä Metson logolle, johon liitetään yhtiön asiakaslupaus, "Expect results". Väritystä selkeytettiin niin, että logo on värillinen vain valkoisella pohjalla, muulloin se painetaan aina mustalla. Näin pyrittiin eroon voimakasta väriin vaihteluista kun pakkausmateriaali muuttuu. Kokonaisilme pysyy silloin yhtenäisenä ja siistinä.

Pakkauksia varten laadittiin myös tarkka ohjeistus, jossa kerrotaan mihin esim. logo sijoitetaan, minkä värisiä tarroja ja sidontavanteita milloinkin käytetään ja miten lavalaput ja muut merkinnät sijoitetaan. Emma Kosonen toteaa, että hyvinkin yksinkertaisilla asioilla voidaan brändin kuvaa kirkastaa ja yhtenäistää.

Tuotantolaitosten pakkauspiesteisiin on tehty "huoneentaulut" muistuttamaan perusasioita ja Metson verkkosivuilla on esim. pakkausvalmistajille tarkoitettua tarkat ohjeet, joista löytyvät vaikkapa aaltopahvilaatikoiden levityskuvat.

Anne Rantanen ja Emma Kosonen huokaavat, että valtava urakka alkaa olla takanapäin, hienosäätöä vailla. Metson entiset pakkaukset saattavat kiertää maailmalla vielä jonkin aikaa, kunnes varastot saadaan loppuun, mutta uuteen designiin pyritään mahdollisimman pian. Illoinen yllätys oli, kun Rantanen huomasi, että uusia pakkauksia käytettiin jo reilun kuukauden kuluttua ilmeen julkistamisen jälkeen jopa yhdellä Metson Brasilian tehtaallakin.



**PROMENS**

shaping plastics beyond the obvious

---

Promens Oy  
Vanha Tampereentie 260, 20380 Turku  
puh. (02) 489 555, fax (02) 489 5511, www.promens.com