

Упаковка в нашей жизни играет огромную роль и с каждым годом - да что там с годом, - с каждым днем, упаковка приобретает все большую ценность в глазах потребителей. Народ растет и развивается в глазах маркетологов и, в некоторых случаях, даже опережает их по развитию. Иногда, от простого человека, совсем не разбирающегося в рекламе, можно услышать какую-то удачную рекламную фразу быстрее, чем ее произнесут в рекламном ролике. Или, гуляя по городу и смотря на уличную рекламу и множество вывесок, он замечает такие мелочи, на которые рекламщики махнули рукой - мол, простой человек не заметит этого. А вот и нет - замечается все! И означает это, к сожалению, что в наше время людей очень трудно чем-то удивить, они все знают наперед.

У потребителей появляются все более высокие требования к качеству упаковки и желание видеть продукт более модным и современным. В некоторых случаях, упаковка даже становится определяющим фактором в процессе принятия решения о покупке. Есть даже термин для такого решения - «импульсная» покупка. Роль упаковочной отрасли становится наиболее актуальной темой на рынке, особенно среди конкурирующих товаров.

Вот тут-то производители начинают задумываться: «Что же делать? Как же быть, чтобы наш товар не остался забытым и не потерялся на пестрых прилавках магазинов и маркетов?». И принимаются за активную работу над имиджем своих товаров, создавая при этом новые тенденции в дизайне упаковки. Благодаря всему вышеперечисленному, за последние годы эволюция упаковочной отрасли шла очень быстрыми темпами. Сегодня на рынке представлено достаточно уникальных упаковок, изготовленных из специальных новых материалов, нестандартной конструкции, с очень оригинальным, но, в основном, «правильным», то есть удовлетворяющим всем правилам маркетинга, дизайном.

Все это объясняется высоким уровнем конкуренции на потребительском рынке. Покупатель переходит постепенно на более дорогую и качественную продукцию, обращает внимание на то, как продукт упакован и какую информацию несет в массы.

Да что мы все о рекламе и о рекламе. Ведь не надо забывать и о том, что упаковка это не только рекламное средство, оказывающее огромное влияние на выбор потребителя в момент покупки. Прежде всего, упаковка – материал, который защищает продукцию от повреждений и обеспечивает сохранность товара. Во-вторых, упаковка несет в себе

информационную составляющую, ну а в-третьих, нестандартная конструкция упаковки уже сама по себе является защитой от подделок.

Но как не крути, все равно мы незаметно вернулись к вопросу о безупречных формах и дизайне упаковки. Так как качественный дизайн повышает стоимость Вашей продукции и окружает ее особенным ореолом.

Благодаря яркой и запоминающейся упаковке Ваш товар будет выделяться среди продукции конкурентов, именно это и повышает рост популярности марки и увеличение продаж. В результате умеренные вложения в создание дизайна упаковки сократят Ваши расходы на рекламную кампанию в целом.

Дережинская Ольга

**Все права на данную статью принадлежат Design Studio 13 (Ольга Дерезинская).
Использование материалов статьи (полностью или частично) возможно только с
указанием автора и ссылки на сайт автора: www.studio13.md**