

Функции современной упаковки значительно расширились. Сегодня красивая упаковка – это хорошая реклама, способ привлечь внимание клиентов, создать положительные эмоции и увеличить узнаваемость Вашей продукции.

Хорошему маркетологу известно, что в условиях жесткой конкуренции современного рынка, упаковка – это не просто защита продукции от повреждения, но и одно из самых действенных средств, побуждающих потенциального покупателя отдать предпочтение именно Вашей продукции. Следовательно, уровень продаж во многом зависит от того, какие эмоции вызывают внешний вид упаковки, ярлыки и этикетки. Это особенно важно для товарных групп FMCG (товары широкого потребления), которые покупатель выбирает среди аналогичных продуктов, стоящих на одной полке в супермаркете.

Цель оправдывает средства

Многочисленные исследования показали, что потребители склонны выбирать товары в более привлекательной упаковке (цвета, дизайн, качество бумаги и других материалов), поэтому маркетологи точно знают: красивая обложка оправдывает более высокую рыночную цену продукта. Для самих же производителей «цена вопроса» еще выше, поэтому на упаковке не экономят.

Для компаний, производственный профиль которых – упаковка и упаковочные материалы, кредо «индивидуальный подход к каждому клиенту» не пустой звук, а часть профессиональной деятельности. При работе с заказчиком нужно в первую очередь учитывать род его деятельности, т.е. сам продукт, который нужно «упаковать». Продукты питания, косметические средства, бытовая химия: разные задачи – разные решения. Все эти продукты не кладут в один пакет даже в супермаркете – это правило. Кроме того, важно учитывать пожелания клиента, его место на рынке, финансовые возможности.

Заказать или упаковывать самостоятельно

С таким вопросом сталкиваются большинство производителей товаров. Упаковочное

оборудование могут позволить себе не все компании. Российская линия без монтажа обойдется в 800 тыс. рублей. Такую же сумму придется заплатить за монтаж и настройку. Итого, 1 миллион 600 тысяч. Эксплуатационные затраты большей своей частью состоят из оплаты труда сотрудников, который будут обслуживать данное оборудование. Кроме того, необходимо учитывать, что загрузить производственную линию на 100% практически невозможно.

Для небольшой кондитерской фабрики собственный фантик может стать «золотым». Для компаний с постоянным товарооборотом строительство собственного упаковочного производства может быть целесообразной. Тогда есть смысл искать поставщиков на порталах бизнес для бизнеса, уточнять технические характеристики, обсуждать необходимые условия и принять окончательное решение: сами или «под заказ». Многие производители отдадут изготовление упаковки на аутсорсинг и сосредотачивают свое внимание на главном – на продукте.

Мало иметь хорошую печатную машину. Производство упаковки – технологический процесс, который, как и любой другой, требует профессионального подхода и квалифицированных кадров.

читать полностью <http://www.b2b-club.ru/articles/wrap-it-please>