

Выполнила студентка группы 311Г11  
Косачева О.Б.

# **РОЛЬ УПАКОВКИ В БРЕНДИНГЕ**

Упаковка – неотъемлемый  
элемент маркетингового  
комплекса.

Упаковка в брендинге – это  
основополагающая имиджа  
производителя.



**bon  
aqua** ЧИСТАЯ ВОДА.  
ЧИСТОЕ ЗАВТРА



**НОВАЯ** биобутылка 0,5 л

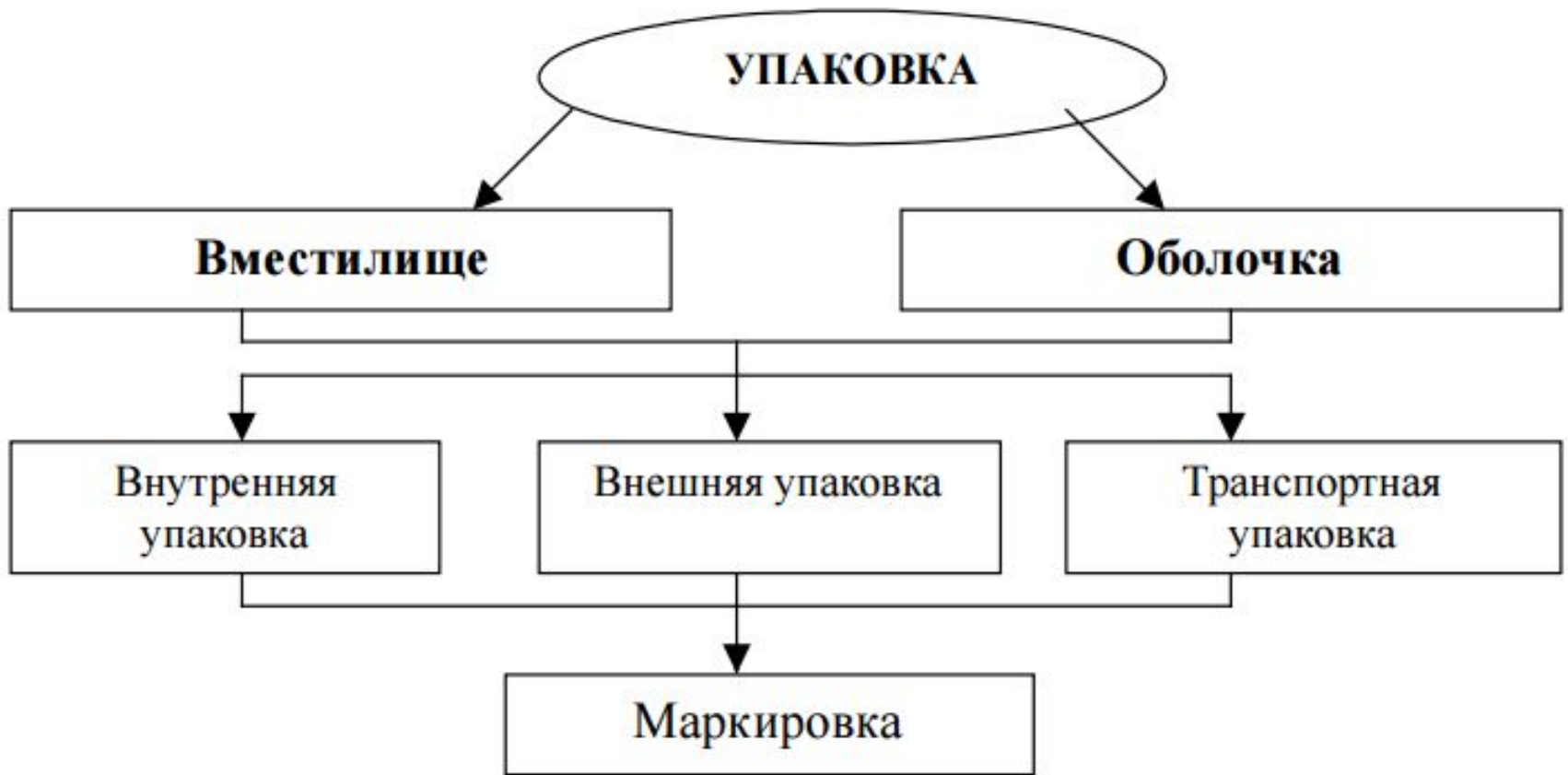


Содержит до **30%** материалов  
растительного происхождения

Bon Aqua является зарегистрированным товарным знаком The Coca-Cola Company. © 2006 The Coca-Cola Company. Бутылка не является биоразлагаемой.

Бренд выходит с «новой биобутылкой, которая содержит до 30% материалов растительного происхождения». Формулировка достаточно расплывчатая, но она эффективно поддерживает философию, которую компания уже не один год выстраивает вокруг своего бренда — забота об окружающей среде.

# Составляющие элементы упаковки



- Вместилище и оболочка – это разные варианты упаковки, которая включает в себя три слоя.
- Внутренняя упаковка – это непосредственное вместилище товара.
- Внешняя упаковка – материал, служащий защитой для внутренней упаковки и удаляемый при подготовке товара к непосредственному использованию.
- Транспортная упаковка – вместилище, необходимое для хранения, идентификации или транспортировки товара.
- Маркировка и печатная информация с описанием товара (бренда), нанесенные на саму упаковку или вложенные в нее, являются неотъемлемой частью упаковки



# Международные соглашения маркировок на упаковке

Особое место маркировка играет в экспортной упаковке:

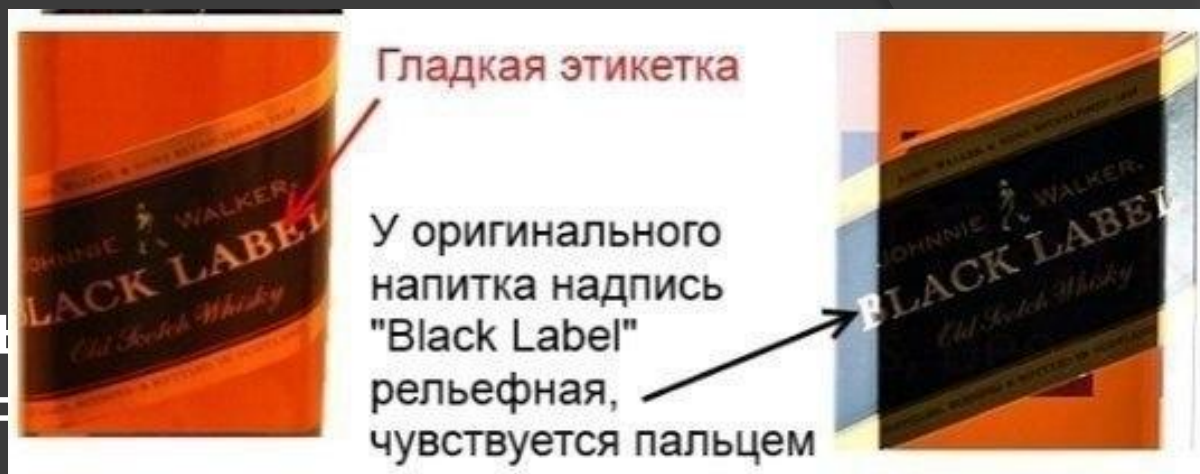
- Международное соглашение о транспортировке опасных товаров (ATR);
- Международный морской код для опасных товаров (IMDG);
- Международное соглашение по маркировке опасных грузов, перевозимых воздушным путем (IATA).



# Материальные элементы

- **тара**, отвечающая требованиям вмещения, защиты, хранения товара, продвижения по каналам сбыта, повторного использования, в том числе для других нужд;
- **этикетка**, содержащая фирменное название продукции, символ компании, производителя, состав, рекламные материалы, коды для хранения и инструкции для использования;
- **вкладыш** – детальные инструкции и указания о мерах предосторожности, купоны, призы, брошюры с рецептами и другая информация и материалы, способные усилить сбыт, стимулировать повторные закупки.

- Этикетка - не только лицо товара, но и новые технологии ее изготовления позволяют защитить продукцию от подделки



# Текила Олмеса



# Виски Johnnie Walker Black Label, Red Label



1. Крышка, напоминающая обычную водочную.

У настоящего напитка - оригинальная крышка ("дутая") по середине имеет выпуклую область

емкость 0,5 л.



2. Надпись "Blended Whisky"

**ВНИМАНИЕ!  
ПОДДЕЛКА!**

емкость от 0,7 л



3. Надпись "Jimm Wolter&Sons"

Настоящий напиток имеет надпись "John Walker&Sons"



1. Отсутствие значка ®  
на оболочке крышки

На оригинальном виски  
значок ® присутствует

**ВНИМАНИЕ!**  
**ПОДДЕЛКА!**

2. Гладкое горлышко бутылки

Горлышко должно быть  
граненым



## Виски Jameson



# Jack Daniel's

Металлические крышки  
не производятся  
Отсутствует пластиковая  
оболочка

Бутылки со скругленными "плечами"  
сняты с производства в 2011 году

**ВНИМАНИЕ!  
ПОДДЕЛКА!**

Рельефная надпись  
Jack Daniel's отсутствует

Нарушен порядок  
надписей на этикетке



## Коньяк Hennessy



1. Оболочка пробки из доступных материалов. Напоминает недорогие российский вина.

Оригинальный коньяк имеет плотно прилегающую оболочку крышки, изготовленную по спец. технологии

# ВНИМАНИЕ! ПОДДЕЛКА!

2. Отсутствует рельефное изображение руки с алебардой

Символ дома Hennessy должен располагаться в центре лицевой стороны бутылки



Говорят, что продажи коньяка Hennessy в целом по миру превосходят его производство в 3-4 раза. А это означает, что только каждая 3-4 бутылка Hennessy – оригинальный коньяк, а объем фальсификата достигает 80%.

Впрочем, эта информация не подтверждена. Но, скорее всего, не очень далека от истины



## Виски Jim Beam



1. Ребристая крышка

Оригинальный виски не имеет ребер вверху крышки

2. Отсутствие золотистой окантовки

У настоящего бурбона есть 2 линии выше знака "Jim Beam"

3. Грани по всей длине горлышка

Граненой должна быть только нижняя половина



4. Отсутствует рельефная надпись "Jim Beam" на плечах бутылки

Рельефная надпись должна быть с 4-х сторон

# ВНИМАНИЕ! ПОДДЕЛКА!



- Отдельный вид этикетки – **рекламные стикеры**, самоклеящиеся плакаты на виниловой основе, которые обычно развешивают в общественном транспорте и в людных местах: на остановках, рекламных щитах, в подъездах.
- Для защиты от переклеивания этикеток и вскрытия коробок с бытовой и компьютерной техникой, видео- и аудиоаппаратурой (и самих приборов), а также упаковок с лекарствами и эксклюзивными напитками снаружи или внутри изделия прикрепляют **гарантийные наклейки** (или защитные этикетки)
- Для предотвращения фальсификации товара и повторного использования упаковок и этикеток применяют **голографические наклейки**, подтверждающие подлинность продукции и легальность производителя товара, а также выявляющие попытки незаконного доступа к продукту



На протяжении десятилетий знаменитая газировка предлагала своим потребителям счастливый и беззаботный образ жизни под брендом Coca Cola, сейчас она сама стала выпускаться под брендом-именем своих потребителей.

# Функции упаковки

основная функция упаковки – это собственно оболочка для товара, она защищает от механических и иных воздействия, сохраняет вкусовые качества.

коммуникативная функция - содержит информацию, интересующую потребителя. Второе значение упаковки в брендинге – это возможность донести до покупателя основную идею производителя.

# Упаковка товаров на внешнем рынке

Учитывать:

- климатические условия на рынке, а также в пути следования товара;
- как будут обращаться с товаром;
- количество времени, которое товар будет находиться на внешнем рынке пока пройдет через большое число посредников;
- сколько времени товар может находиться на складах

# Упаковка товаров на внешнем рынке

## УЧИТЫВАТЬ:

- 1. Размер упаковки.
- 2. Стоимость упаковки.
- 3. Местные обычаи в отношении цвета упаковки
- 4. Требования законодательства
- 5. Оповещение.
- 6. Образованность потребителя

- Штриховое кодирование упаковки – это метод кодирования информации обо всех параметрах произведенной продукции при помощи специально разработанной международной стандартизированной системы. Позволяет избежать использования большего объема информационно-описательной документации.

# Общие требования к упаковке



# Дизайн в упаковке бренда

- **Дизайн в упаковке бренда** - это направление творческой деятельности, суть которой – придать новому или уже существующему бренду (товару) такую форму, которая соответствовала бы тесно связанным между собой материальным, функциональным, культурным, психологическим представлениям потребителя.

# Креативные упаковки



Спасибо за внимание!