

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

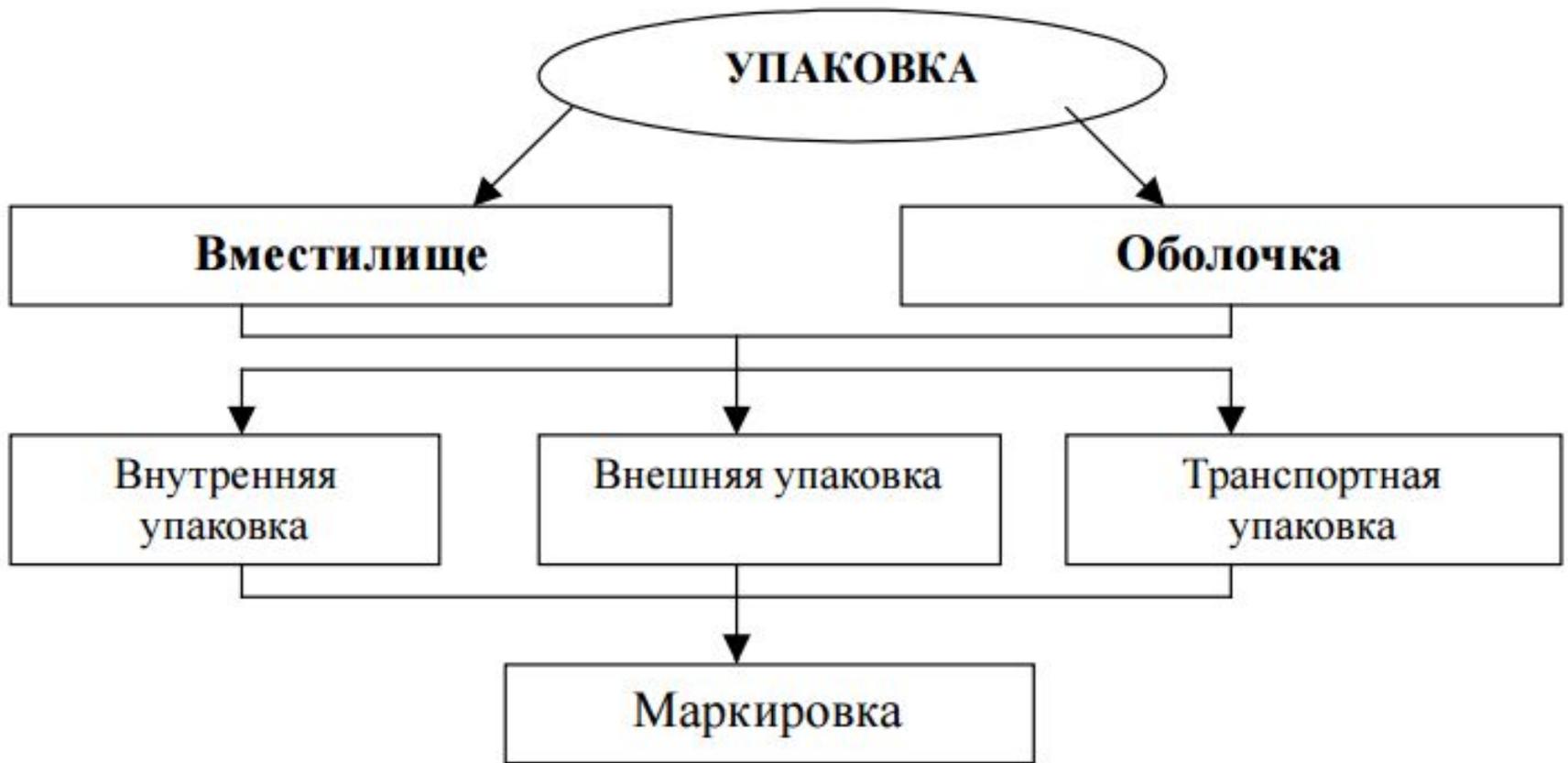


Содержит до **30%** материалов
растительного происхождения

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 качеств.

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!