

ВЛИЯНИЕ УПАКОВКИ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

Упаковка – это то, что отличает продукт среди остальных с теми же преимуществами. Удачная упаковка повышает престижность товара, а также способствует увеличению продаж. Для того, чтобы сделать привлекательную упаковку, следует рассмотреть такие элементы упаковки, как цвет, экологичность, эстетичность, внешний вид и информативность.

Цвет – один из сильнейших элементов дизайна упаковки. Известный швейцарский психолог Макс Люшер в своих исследованиях установил взаимосвязь цвета с эмоциями человека. Например, упаковка с золотистым оттенком интуитивно указывает покупателю на хорошее качество товара. Многие производители косметических средств отметили, что наибольшим спросом пользуются крема или парфюмы, представленные в золотистой упаковке. Красный цвет ассоциируется у потребителей с высокой температурой, поэтому производители часто используют его в упаковках острых кетчупов, приправ. Также следует отметить, что данный цвет считается более мужским, в связи с этим его часто используют при продаже дезодорантов, мужских парфюмов и сигарет. Так, например, сигареты «Marlboro» и мужская серия косметики «Old Spice» изготавливаются в красном оттенке, что увеличивает их спрос. Синие оттенки в упаковке часто ассоциируются со свежестью, именно поэтому чаще всего этот цвет используется в молочной продукции. А в сочетании с белым он наделяет упаковку приятным видом и привлекает внимание покупателей. Многие производители косметики и продуктов питания используют зеленые оттенки, чтобы сделать акцент на натуральность продукта.

В связи с ухудшением состояния окружающей среды многие люди стали обращать внимание на экологичность упаковки, а также на возможность ее вторичной переработки. В идеале упаковка не должна загрязнять окружающую среду, а материалы, из которых она изготовлена, должны быть пригодны для переработки и повторного использования. Одним из примеров такой упаковки является производитель экологически чистой продукции косметический бренд «Lush Cosmetics».

Эстетичный вид упаковки положительно располагает покупателя к товару. Замечали ли вы, что привлекательная оболочка очень часто вызывает ощущение высококачественного в ней содержимого. Согласно данным Business Insider, формирование первого впечатления о товаре занимает приблизительно 7 секунд [1].

Информативность – одна из главных составляющих любой упаковки, ведь с наименьшей вероятностью потребители купят товар, который не будет содержать информации о составе товара или о сроке годности. Цвет, стиль, размер шрифта нужно делать максимально удобным для покупателя. Для разнообразия товаров каждый производитель старается обернуть свою продукцию в оригинальную и одновременно простую упаковку. К числу уникальных можно отнести разработанную японскими дизайнерами упаковку сока, которая выглядит так же, как фрукт, сок которого содержится в ней. Канадский дизайнер Сара Дери предложила упаковку чая в форме «кубика Рубика». Упаковка состоит из 27 ячеек, содержащих черный, зеленый и красный чай [2]. Еще одним примером необычного оформления товара является упаковка соевого молока, которая представлена в виде коровьего вымени. С одной стороны, такая форма указывает на то, что это – молоко, но с другой стороны, зеленый цвет и декор в виде листика говорит о растительном происхождении данного продукта [3].

К белорусским продуктам с запоминающейся упаковкой можно отнести «Антикризисные чипсы» от «Онега». В дизайне товара производитель применил прозрачную упаковку, что позволило покупателям видеть ломтики чипсов. Также, для привлечения внимания, на упаковке размещены шуточные слоганы и нарисованы герои, каждый из которых представляет собой определенный вкус.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что упаковка является важным составляющим любого товара. Она не только защищает его от повреждений, но и делает узнаваемым для потребителя, формирует у него уверенность в качестве приобретаемого товара. Грамотно сделанная упаковка не только привлечет покупателей и увеличит продажи, но и выделит среди большого количества конкурентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лендинговый блог Lpgenerator [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/02/10/kak-upakovka-tovara-vliyaet-na-prodazhi/> – Дата доступа: 11.04.2020.
2. Sostav – новостной портал [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.sostav.ru/news/2009/03/25/3r/> – Дата доступа: 12.04.2020.
3. Сайт инновационный идей Kian – [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://kian.ru/projects/soy-mamelle/> – Дата доступа: 12.04.2020.