

УПАКОВКА КАК ЭЛЕМЕНТ БРЕНДИНГА

*Кириллова И.Л., доц., Кузнецова В.В. студ.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрена роль упаковки как элемента брендинга. Определено, что упаковка отводится одно из ведущих мест в продвижении бренда. Установлено, что упаковка – один из основных способов завоевать доверие покупателей и от дизайна упаковки зависит успех торговой марки товара, что, в свою очередь способствует повышению конкурентоспособности компании на рынке. Представлены примеры работ студентки кафедры дизайна и моды Витебского государственного технологического университета по этой теме.

Ключевые слова: дизайн, упаковка, брендинг.

Дизайн в большей степени влияет на восприятие продукта, чем его вкус, цвет или запах. Поэтому от оригинального дизайна упаковки зависит успех торговой марки товара. Она должна гармонично сочетаться с товаром, воздействовать на покупателя, стимулируя его решение о покупке [2]. Упаковка должна быть такой, чтобы покупатель раз купив товар в этой упаковке, шел за ним еще и еще. Это достигается за счет цвета, формы, размера, текстуры материала, а также, необходимой текстовой информации. Кроме того, упаковка не перестает «продвигать» товар, даже очутившись дома у потребителя. Поэтому она должна легко, без особых усилий открываться и закрываться, не затрудняя использование содержимого.

Сегодня упаковке отводится одно из ведущих мест в продвижении бренда. Наряду с названием и ценой она играет огромную коммуникативную роль и значительно облегчает продвижение товара: помогает позиционировать товар, облегчает узнавание товара, формирование и подкрепление отличительных черт товара, является неотъемлемым элементом бренда.

Брендинг – это деятельность по разработке марки продукта, продвижению на рынок и обеспечению ее престижности [2].

Упаковка – это разработка и производство вместилища или оболочки для товара [1].

Чайная упаковка создается с учетом интересов целевых потребителей, направления работы компании. Она должна быть оригинальной, запоминающейся, отвечать ряду требований:

- привлекать внимание, побуждать к совершению покупки;
- содержать логотип компании/детали, ассоциирующиеся с брендом;
- содержать максимум информации о товаре (составе, сроке хранения, названии производителя, соответствие ГОСТу);
- должна быть удобной, легкой, не занимать много места.

Чай упаковывают в картонные коробки, бумажные, полиэтиленовые пакеты, керамические, жестяные или стеклянные банки.

Современный мир чая разнообразен и дизайнерами создано множество вариантов упаковок чая и форм чайных пакетиков, которые не только удобны, но и оригинальны.

Наиболее действенный способ привлечь внимание покупателя и сформировать впечатление о бренде – правильный выбор цветовой гаммы упаковки. Важно, чтобы ее дизайн ассоциировался с определенным сортом чая (травяным, зеленым, черным и т. д.). Графический дизайн должен быть простым, лаконичным, полностью раскрывать свойства продукта.

Современные дизайнеры для оформления чайной упаковки часто используют «цветовой коктейль». Яркая, бросающаяся в глаза коробка с абстрактным рисунком эффектно выделит ваш бренд на фоне других. Классический вариант – упаковка, выполненная в белом цвете.

Студенткой кафедры дизайна и моды направления специальности 1-19 01 01-04 «Дизайн коммуникативный» УО «Витебский государственный технологический университет» Кузнецовой Валерией разработан дизайн упаковок для линейки травяных чаёв «HERBAL TEA» (рис.1–2). Креативный подход в разработке упаковок для чая заключается в использовании современных тенденций в графическом дизайне соответствующего периода.



Рисунок 1 – Дизайн упаковки для новогоднего чая:
а – с корицей; б – с облепихой; в – с цедрой лимона и апельсина; г – с шиповником



Рисунок 2 – Дизайн упаковки детского чая:
а – утреннего чая; б – для хорошего сна

Сегодня – с увеличением важности брендинга продукции – роль упаковки очень важна. Упаковка является важным элементом товарного бренда, мощным маркетинговым инструментом, эффективное использование которого позволит компании-производителю создать сильный бренд с высокой степенью любви потребителей.

Таким образом, упаковку, безусловно, можно рассматривать как элемент брендинга.

Хорошо разработанная упаковка – один из основных способов завоевать доверие покупателей и повысить конкурентоспособность компании на рынке.

Дизайн упаковки оказывает эмоциональное и психологическое влияние на покупателей при выборе того или иного продукта, а значит новый дизайн может помочь расширить целевую аудиторию и повысить статус предприятия в понимании общества.

Список используемых источников:

1. Кириллова, И. Л. Композиционное решение упаковок для молочной продукции / И. Л. Кириллова, К. В. Белякова; И. Л. Кириллова, К. В. Белякова // Инновационные технологии в текстильной и легкой промышленности : Материалы Международной научно-технической конференции, Витебск, 13-14 ноября 2019 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2019. – С. 111–114. – Библиогр.: с. 113–114 (4 назв.).
2. ПРО ЭТО [Электронный ресурс] / Новости про графический дизайн. – Витебск, 2023 – Режим доступа: <https://vk.com>. – Дата доступа: 29.03.2023 г.
3. Примеры отличного дизайна упаковки для чая. // Сайт adinsight.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adinsight.ru/primeryi-otlichnogo-dizayna-upakovki-dlya-chaya/>. Дата доступа: 18.09. 2022.