

CUM SĂ **ATRAGI ATENȚIA** PRIN ETICHETA PRODUSULUI

cei 3 pași prin care să-ți crești vânzările





Cuprins

Cum se diferențiază marile branduri?	3
Uneori...	4
Pentru că...	5
#1 folosește vizualul potrivit!	6
#2 alege materialul ideal!	8
Sfat bonus!	9
#3 arată că ești diferit!	10
Cuvânt de final	11
Să facem cunoștință!	11



Cum se diferențiază marile branduri?

Pentru a-ți ilustra cât de importantă este eticheta unui produs, vreau să-ți prezint exemplul **Coca-Cola**. Campania „Share a Coke” a pornit în Australia, în anul 2011 și presupunea schimbarea tradiționalei etichete a sticlelor de cola cu una pe care scria „Share a Coke with...”, în traducere „împarte o Cola cu...”, alături de nume populare. În Australia s-au ales 150 dintre cele mai uzuale nume, care ulterior s-au tipărit pe etichete.

Campania s-a extins în toată lumea și a fost implementată în **peste 80 de țări**, inclusiv în România. Lucrurile nu s-au oprit aici, iar **Coca-Cola** a creat un website unde **îți puteai personaliza eticheta** cu ce nume doreai, iar aceasta era produsă și vândută în magazinul ales de către tine.

De ce a făcut Coca-Cola asta?
Scopul acestei campanii a fost de a crea o relație mai puternică între produs și cumpărător, folosindu-se de un lucru simplu și foarte comun: **o etichetă**.





Uneori...

Lucrurile care ni se par insignifiante pot fi strategiile inovative care ne **propulsează cu un pas în fața competiției.**

Haide să facem un exercițiu de imaginație. Produsul tău, alături de alte zeci de produse similare pe raftul unui supermarket. **Cum se diferențiază produsul tău față de celelalte produse?**

Dacă răspunsul tău la această întrebare nu face referire la imaginea produsului tău și la felul în care tu îl prezinți în fața publicului țintă, s-ar putea ca alte investiții pe care le faci în produs să fie doar cheltuieli.

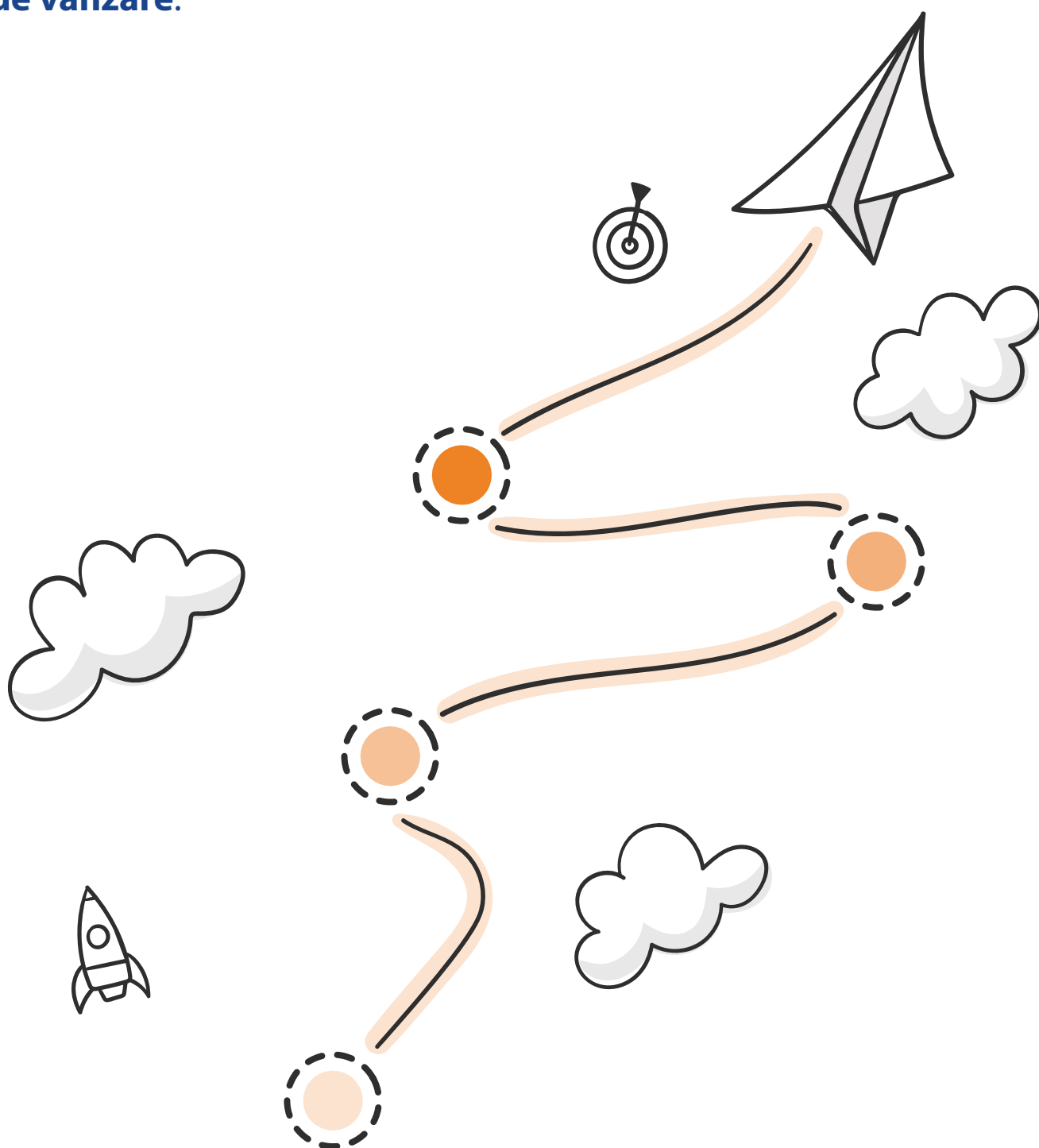
Iar ca să îți demonstrez de ce ar trebui să ai în vedere faptul că în perioada actuală **diversitatea** reprezintă unul dintre cele mai importante aspecte care stă la baza vânzării unui produs, studiile arată că **70% din deciziile de cumpărare sunt luate în magazin, în fața raftului pe care produsul tău este expus.** Calitatea și aspectul etichetei tale pot reprezenta factorii decisivi într-o proporție foarte mare.





Pentru că...

Succesul tău este și succesul nostru. Am conceput acest e-book pentru ca tu să iei cele mai inspirate decizii în ceea ce privește etichetele produselor tale. Drept urmare, în paginile următoare îți propun **3 pași care să te ajute în maximizarea obiectivelor tale de vânzare.**





#1 folosește vizualul potrivit!

Pentru a crea o **imagine deosebită și unică**, trebuie în primul rând să găsești cea mai bună metodă de a integra în vizualul etichetei elementele de identitate ale brandului tău. Câteva dintre recomandările de care ar trebui să ții cont sunt următoarele:

- ✓ creează o etichetă care să fie continuitatea produsului tău, prin dimensiunea și forma ei;
- ✓ păstrează un aspect simplu și minimalist; lucrurile complicate s-ar putea să nu creeze impresia dorită;
- ✓ ai grijă ca logo-ul tău să nu fie cel mai vizibil, dar nici foarte ascuns. Găsește un echilibru și poziționează-ți logoul ca al doilea cel mai important lucru după produsul în sine;
- ✓ studiază-ți concurenții și află cum se poziționează aceștia, cum arată etichetele lor și ce poți face ca eticheta ta să atragă atenția.

Gândește-te cu atenție la ce culori alegi să-ți reprezinte produsul. Într-un studiu intitulat „*Impactul culorilor asupra marketingului*”, cercetătorii au descoperit că în funcție de produs, de la 62% până la 90%, **prima impresie este dată exclusiv de culoare**. De asemenea, reține faptul că nuanțele culorilor evocă diferite stări de spirit. Tonurile de maro și verde reprezintă un sentiment pământesc, organic, în timp ce violetul este adesea asociat cu regalitatea și calitatea. Albastrul este o culoare universal plăcută atât pentru bărbați, cât și pentru femei. Lista semnificațiilor culorilor poate continua, însă îți recomand să cauți pe internet punctual culorile indentității companiei tale.





Sfat bonus!

Un produs cu nuanțe de culori stridente **atrage întotdeauna atenția**, însă nu mereu în sens pozitiv!

Un produs care nu se limitează doar la culori, ci preferă și finisaje suplimentare, se poziționează ca **un produs premium deja prin intermediul etichetei**. Linii aurii sau argintii, etichete cu folii speciale care să creeze un efect plăcut la atingere, decupaje la forme neregulate sunt câteva dintre cele mai simple idei de implementat.

Un vizual cu elemente moderne, oferă un aer modern care atrage atenția tinerilor, în timp ce unul ce folosește simboluri tradiționale are apetit la cei de vârstă a doua sau la cei care caută produse naturale, tradiționale.

„And, if you are a designer, the typeface comic sans is a symbol of bad taste, low status, and laziness.”

(Seth Godin)



#2 alege materialul ideal!

După ce ai stabilit vizualul etichetei și ce dorești să apară pe aceasta, alege materialul potrivit care să contribuie deja la **o primă experiență tactilă a clientului cu produsul tău**.

Pe lângă ceea ce este tipărit pe etichetă, calitatea materialelor din care eticheta ta este făcută va avea un impact major asupra percepției despre produs. Dacă etichetele se rup sau sunt deteriorate în timpul livrării, odată cu trecerea timpului produsul tău va fi văzut drept unul de slabă calitate.





La PROMER colaborăm cu zeci de clienți pe zona de „labeling”, iar unul dintre motivele pentru care proiectele au succes este pentru că ne punem experiența și know-how-ul în slujba clienților. Nu poți să le știi pe toate, să îți dai seama care sunt avantajele și dezavantajele unei etichete laminate sau care formă este potrivită pentru produsul tău, însă s-ar putea ca experiența consultanților PROMER să-ți aducă câteva sfaturi utile.





#3 arată că ești diferit!

Așa cum ți-am recomandat și în primul pas, studiază piața și vezi ce aport diferit poți aduce tu în piață!

Prezintă pe eticheta ta **ce are produsul tău diferit față de celelalte produse**. Produsul tău este unul ECO? O parte din încasări se duc către o acțiune caritabilă? Ai o poveste uimitoare de spus? Achiziția produsului tău susține producătorii locali?

Încearcă să creezi o strânsă **legătură emoțională** cu potențialul tău client. Spune-le ca ești diferit de ceilalți pentru ca tu să fi alegerea lor.

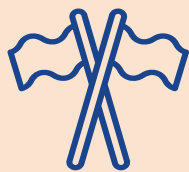


Dacă ai avea 3 secunde să convingi o persoană să cumpere produsul tău, ce i-ai spune? Răspunsul la această întrebare ar trebui să fie cel mai bine evidențiat pe eticheta ta.

Gândește și stabilește cu atenție **promisiunea ta de valoare**. Ce oferi tu, iar alte produse concurente nu oferă? Ai grijă însă ca promisiunea să fie relevantă pentru publicul tău!



VEZI AICI CARE SUNT CELE MAI EFICIENTE ETICHETE



Cuvânt de final

Dacă încă ai dubii referitoare la importanța etichetelor, întoarce-te pentru o clipă la începutul acestui e-book. Vei putea observa că numele companiei Coca-Cola este scris cu roșu. Cât de ușor ai asimilat culoarea roșie cu brandul Coca-Cola? Cel mai probabil ți-ai dat seama încă de la primul „C” despre ce companie urma să vorbesc.

Exact așa vor asimila și clienții tăi imaginea etichetei cu produsul tău. Folosește cei 3 pași simpli și începe să concepi eticheta prin care să-ți crești vânzările.



Să facem cunoștință!

Suntem o companie națională care activează în domeniul producției publicitare de **peste 15 ani**. Pe scurt, ne place să credem că la noi poți personaliza **orice îți trece prin minte**.

În ultimii ani ne-am specializat și am investit în tehnologii capabile să creeze **cele mai inedite etichete**. Ne dorim ca proiectul tău să aibă toate șansele de reușită, iar drept urmare, te bucuri de un **consultant dedicat** care să îți ofere, **gratuit**, cele mai utile sfaturi pentru tine și produsul tău.

Haide să ne cunoaștem!

salut@promer.ro 

0754 PROMER (776 637) 

Zoom ID: 743-573-8050 