

Pakkaus tekee vaikutuksen

Pakkauksen tarkoitus

suojella ympäristöltä tuotetta

suojella ympäristöä tuotteelta

säilyttää tuote

mahdollistaa tehokas jakelu

mahdollistaa tehokas hyllytys

lisätä käytettävyyttä

vallata reviiriä

Visuaalisen ilmeen tarkoitus

houkuttaa katse

luoda brändiä

toimia mainoksena

kertoa tuotteesta

saada kuluttajalle VAU efektin

vakuuttaa ostopäätös

mielikuvan rakentaja

neuvoa mitä tuotteella tehdään

Suunnittelun kulmakivet

Näytä tuote pakkauksen läpi

Ketkä on kohderyhmä?

Uskalla erottua

Hierarkia etiketissä

Miltä viereiset tuotteet näyttävät?

Kuluttajan pitää tunnistaa tuote hyllystä sekunneissa

Kuluttajan pitää ymmärtää mitä tuote on

Tunnista kohdat missä pihistää ja missä panostaa

Luettavuus (tarpeeksi iso pistekoko, selkeä kontrasti)

Käytä harkiten tekoälyä

Päivitä visuaalista ilmettä (trendien perässä ei tarvitse mennä)

Valitse tietoisesti materiaali (esimerkiksi etikettiin)

Harva kuluttaja tietää oikeasti mikä pakkaus on ekologisin

Pakolliset merkinnät, sertifikaatit, kierrätysohjeet

Kotimaisuus, paikkakunta

- + psykologia: iloa, energiaa
- + nopeasti tunnistettava

Keltainen väri

- mielletään, että kaikki pakkaukset ovat keltaisia
- jakaa mielipiteitä

- + luonnonläheinen tunnelma
- + ei vierasteta kuvitusta

Tutut kuvat

- karhut & pörriäiset pelottaa monia, reikäfobia
- kaikilla samat kuvat: kukat, mehiläiset, karhut, kennot

- + tuottaja pääsee helpolla ja halvalla
- + tuttu käyttötapa asiakkaalle

Yleinen pakkaus

- erikoiset pakkaukset erottuvat
- vaikeampi erottua joukosta

- + luo hierarkiaa
- + luo mielikuvaa

Kaunokirjoitus

- joskus epäselvä
- usein käytetään liikaa

- + tunnistettavuus
- + merkkiuskollisuus

Logo

- joissain pakkausmalleissa jää piiloon
- usein hukassa

- + paljon hyvää pinta-alaa, kuten kansi
- + mahdollisuus taktikoida elementtien sijoittelussa

Pinta-ala

- unohdetaan hyödyntää pinta-alaa monipuolisesti
- helposti täytetään liian täyteen tai liian jää tyhjäksi

Mielikuva?

Mitä haluat korostaa?

Keitä haluat houkutella?

Arkinen? Lahjaksi?

Perinteinen? Kokeileva? Trendikäs?

Halpa? Premium?

Luomu? Kotimaisuus? Paikallisuus? Hyvän tekeminen?

Seniorit? Keski-ikäiset? Parikymppiset?

Nuoriso? Lapset?

Kaikille löytyy tilaa ja kysyntää! 

Mahdoton houkutella kaikkia ja mitä tarkempi kohderyhmä, sitä todennäköisempi onnistuminen!

Mun vinkit

1. Perusjutut kuntoon
2. Uskalla erottautua ja luoda tunnistettavia elementtejä
3. Valitettavasti logo / firman / tuottajan nimi unohtuu helposti
4. Paikkakunta ja taustatarina esiin
5. Varoita uskollista asiakasta uudistuksista
6. Hyödynnä sosiaalista mediaa

Näytä pakkaus + kiinnostava sisältö = kuluttajalla mielikuva tuotteesta ja hän löytää sen hyllystä

7. Tarkastele mitä asiat vaikuttavat ostopäätökseesi muilla hyllyillä
8. Mikä on kuluttajan ongelma/tarve?

Miksi hän haluaa ostaa tuotteen ja miksi juuri sinun tuotteen? Näytä se.

