

5 приёмов дизайна для продающей упаковки

К
И
Д
Ш
Р

Успех бренда в цифрах

75%



В 70–75% случаев решение о покупке принимается непосредственно в магазинах, где упаковка оказывает максимальное влияние на потребителя.

45%



45% покупателей отмечают, что повторно приобретают товар именно из-за его упаковки.

75%



75% новых продуктов не выдерживают конкуренции, причем это касается и новичков, и больших брендов. Поэтому экономить на брендинге и дизайне нельзя.

Простота

4 секунды

по статистике уделяет покупатель на каждый товар на полке.
Именно столько времени есть у нас для привлечения внимания.

И за это время мы должны ответить на вопросы:

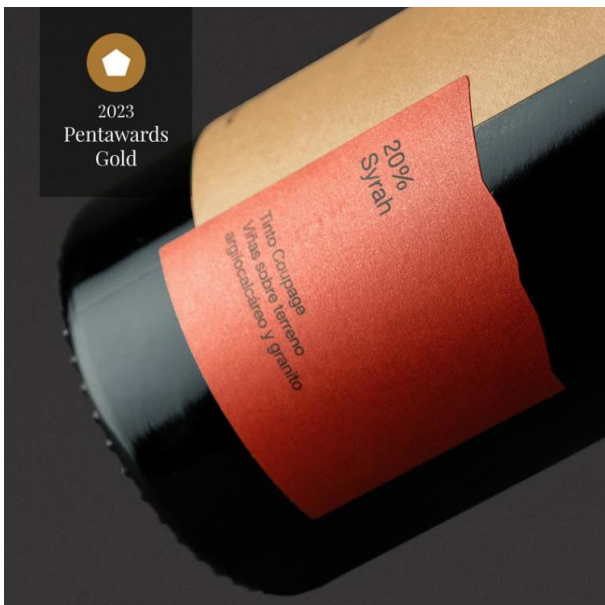
- Для чего нужен этот продукт?
- Под каким брендом он выпускается?













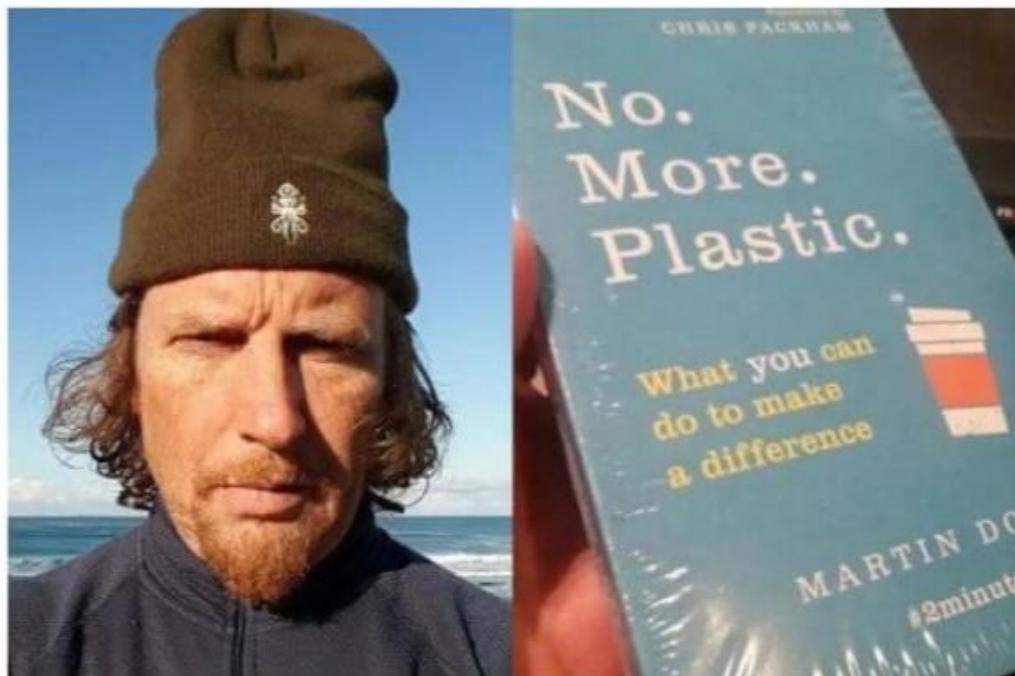
Честность

Люди, а тем более потребители, не любят, когда их обманывают. Необходимо следить за соответствием дизайна и содержимого упаковки.



Author asks why his book called 'No. More. Plastic' was wrapped in plastic

Cornwall-based Martin Dorey said the world is 'sleepwalking into oblivion'





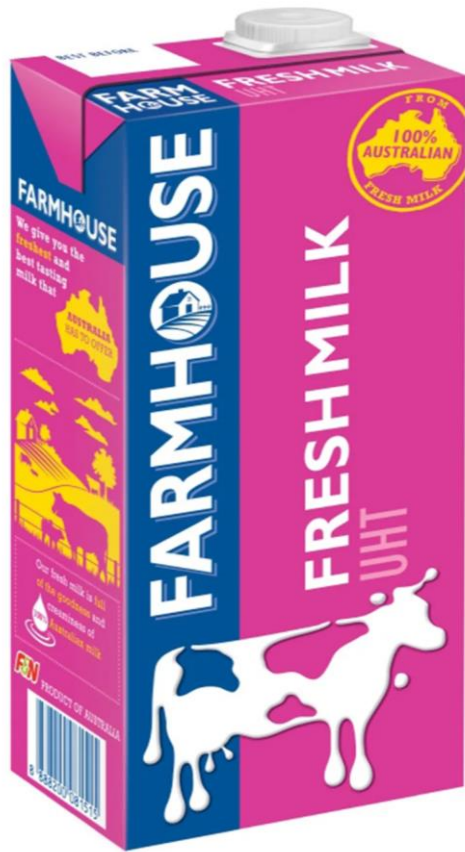


Соответствие

Необходимо сохранять соответствие дизайна ситуации, времени и продукту.







FARMHOUSE

**100% Milk.
Directly from
Australia**



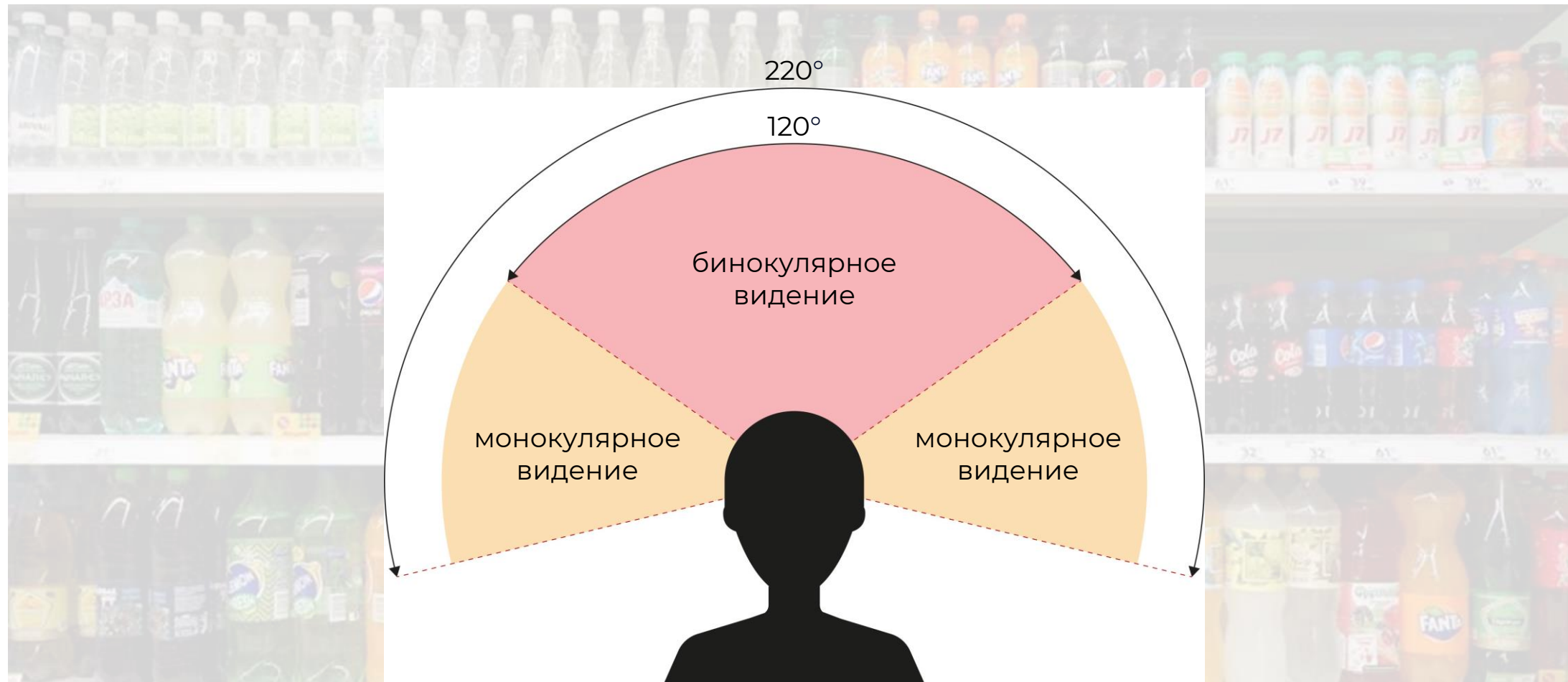




ЕДИНСТВО

Единство бренда и упаковки усиливает в несколько раз визуальное впечатление от продукта.

Поле зрения



КОЛЛЕКЦИЯ **AQUA LIGHT**



ПОПРОБУЙ ВСЮ КОЛЛЕКЦИЮ **ИНТЕНСИВНОЕ ВОССТАНОВЛЕНИЕ**

*Золотая
коллекция*

Базовый уход









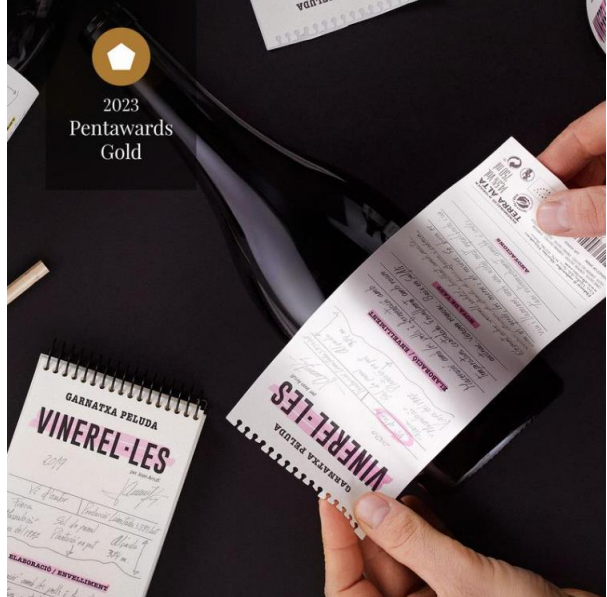
Удобство

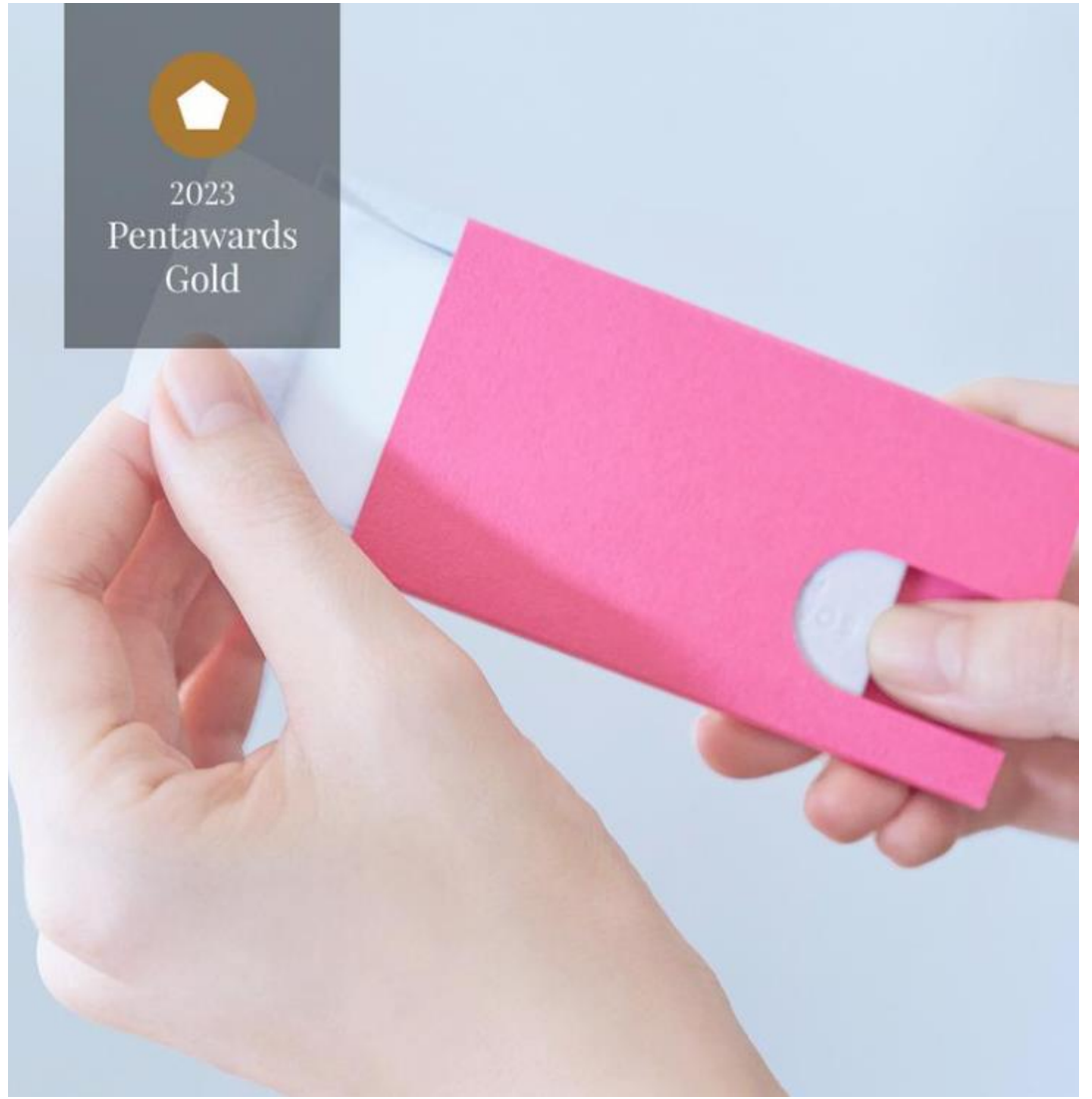
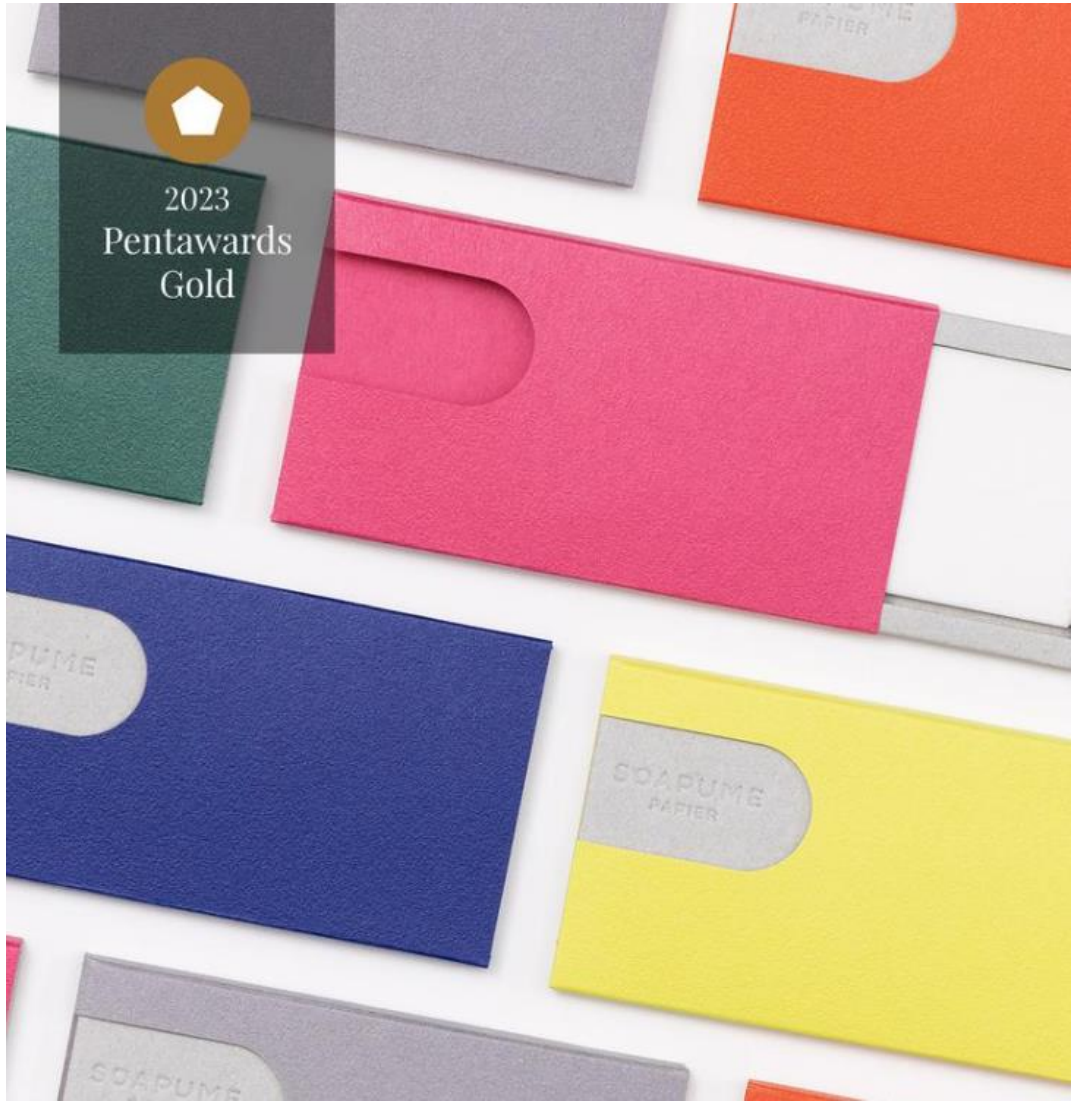
Потребитель любит, когда о нем думают и заботятся о его комфорте, поэтому при разработке дизайна обязательно надо учитывать не только графическую составляющую.











Спасибо!

www.redin.ru

8 (925) 158-29-30

РЕДИН