# Как качественно и красиво упаковать товар интернет магазинам. Важные моменты при выборе производителя и заказе упаковки

Одним из примеров необычной упаковки можно назвать упаковку кофе ТМ Лента. Был разработан новый логотип и необычный дизайн, где мощным элементом воздействия на покупателя стал такой магнит как человеческое лицо. Колоритные типажи получились очень сочными, яркими и характерными. На упаковке фото даже не персонажей, а настоящих героинь, у каждой из которых имеется свой неповторимый характер, читающийся даже во взгляде. Для жителей больших городов такая упаковка становится определенным якорем в магазине – ведь на нее очень приятно смотреть, от нее веет теплом стран, в которых выращивают кофе.

**Производители упаковки** в данном случае показали, что креативный подход позволяет существенно увеличить покупательский спрос. Среди основных преимуществ упаковки отмечается:

* простота – здесь присутствует центральная деталь и минимальное количество дополнительных элементов, ведь у покупателя нет времени обращать на них внимание;
* информативность – вся необходимая информация представлена на лицевой части большими буквами, поэтому можно сразу определиться – подходит товар или нет;
* эмоциональность – здесь внимание уделено и цвету, и графике, и стилю изображения. Также здесь огромную роль играет гармоничное сочетание фона, формы, текста и центрального изображения.

## Создание упаковки товара

Разработка и **создание дизайна упаковки** – это одна из самых важных деталей при подготовке к выводу нового товара или бренда на рынок. Перед тем как создать новую упаковку производитель должен выяснить, есть ли у конкурентов похожие идеи, какими преимуществами обладает «обвертка» товара и почему чаще всего выбирают определенного производителя или торговую марку. Для этого выполняют конкурентную разведку.

Она заключается в том, чтобы не только найти и создать дизайн, который не был затаскан конкурентами, но и обеспечить точной структурированной информацией, которая позволит в дальнейшем принимать правильные стратегические решения по развитию и изменению упаковки. Аналитик, который занимается конкурентной разведкой, использует различные технологии для анализа, знает, где и на каких сайтах можно получить все необходимые сведения. Обычно приходится анализировать массу документов и информации, чтобы получить отчет на одну страницу с гарантированными тенденциями на дизайн упаковки.

**Упаковка оптом от производителя** выпускается только тогда, когда изучена целевая аудитория. Это необходимо для того, чтобы впоследствии не упустить некоторые факты, вследствие которых будет нарушена коммуникация с потребителем, приводящая к неэффективному взаимодействию и снижению продаж.

О целевой аудитории нужно знать основные данные, включающие в себя пол, образование, возраст. Также необходимо знать покупательское поведение, что нравится потребителю, какие предпочтения он имеет. Это позволяет правильно подобрать не только дизайн, но и **материалы производства упаковки**. Нужно понимать, чего не хватает потребителю, что сможет ему облегчить жизнь и какие преимущества он получит от новой упаковки.

Концепция упаковки должна напрямую ассоциироваться с товаром. У обычного человека есть всего 1 секунда для того, чтобы увидеть на полке магазина товар, который понравится визуально. И только потом он будет рассматривать продукцию более детально. К особенной упаковке покупатель относится совершенно по-другому, так как интуитивно предполагает, что внутри нее находится особый товар. Можно создать лимитированную серию, которая приурочена к определенным праздникам или имеет конкретную тематику. Также выпускают сезонные товары в праздничной упаковке, подарочные наборы в премиум-сегменте и т. д.

Не менее важный момент – стоимость. **Производитель тары** обязательно просчитывает, сколько будет стоить **материал упаковки жидкостей**, сыпучих товаров, других видов продукции. Здесь может использоваться **гофрированный картон**, полиэтилен, **крафт упаковки для коробок**, а также другие виды материалов, которые могут быть выполнены с использованием оригинальных дизайнерских идей. Часто тару продают отдельно от товара – как самостоятельную единицу продукции. Ее заказывают предприятия, не имеющие собственного производства упаковки, небольшие мастерские, занимающиеся доставкой, сборкой различных категорий продукции.

## Способы упаковки

**Производитель коробок** и других видов тары использует различные способы, которые позволяют привлечь покупателя, защитить товар от любых внешних факторов и сохранить его потребительские качества. Упаковка выполняется из стекла, дерева, полимерных материалов, бумаги, картона. Также бывает комбинированный вариант, когда используется сразу несколько материалов. Немаловажный момент – это **внутренний материал упаковки**. Это полипропилен, полимерные материалы, тканное и нетканое полотно, многослойные материалы.

Упаковочные материалы бывают мягкими, жесткими, потребительскими, производственными и транспортными. Также существует специальная консервирующая упаковка, которая позволяет сохранять сырье, материалы, технику, продукцию, опасные отходы длительный срок. Дополнительно классификацию проводят по отраслевому принципу – от пищевой до машиностроительной или химической. По степени защиты – влагостойкая упаковка, от механических повреждений, паронепроницаемая и т. д.

**Упаковка картон**, полиэтиленовый пакет, крафт-пакет с пузырьковой подкладкой проще купить у подрядчиков, которые могут предложить приемлемый вариант и по цене, и по дизайну, и по функциональным характеристикам. Так, стоимость картонной коробки средних размеров может варьироваться в диапазоне от 35 до 100 рублей, а пластиковый пакет в зависимости от размеров стоит 15-70 рублей. Необходимо знать, **где заказать упаковку**, чтобы сэкономить средства при оптовой закупке – в объемных масштабах разница даже в 3-4 рубля весьма существенна.

## Важные моменты при выборе производителя и заказе упаковки

Выбирая производителя, который будет заниматься изготовлением упаковки для вашей компании, необходимо учитывать несколько важных факторов. Это качественный материал, прочность, надежность продукции, стоимость, которая будет приемлема для заказчика. Производственные мощности тоже играют важную роль – ответственный изготовитель может предложить демонстрационные образцы, самостоятельно разработать для **упаковки логотип** на основе фирменной символики вашей компании, а также выполнить масштабный заказ по производству однотипной или разноплановой продукции. Скорость реагирования и обслуживания – тоже важный фактор. Качественный сервис позволяет получить заказ максимально быстро, услышать от производителя, как будет изготавливаться тара, какие моменты стоит обсудить и как выполняется оплата. Собственный цех по производству упаковки – это не всегда рентабельно и оправдано, в некоторых случаях проще довериться подрядчику, который профессионально занимается этим направлением.