

Zábavní obaly poskytují jedinečný zážitek

Zábavní průmysl neprodává hmatatelné předměty – to, co prodává, jsou zážitky. Spotřebitelé dnes mají mnohem vyšší očekávání, než může naplnit tradiční přístup k využití reklamních materiálů a obalů. Na rozdíl od ostatních odvětví vyžaduje zábavní průmysl více než pouze funkční obalový design. Potřebuje obaly, které spotřebitele svedou a přenesou do jiného světa – do světa stvořeného určitým filmem, seriálem nebo videohrou.



Proč spotřebitelům na zábavních obalech záleží

Ať se jedná o kolekce DVD a CD nebo sběratelské edice videoher, zábavní obaly se nemohou omezovat na prosté přechovávání a ochranu produktu. Proč? Spotřebitelé totiž mají vysoké nároky na to, jak by jejich oblíbený film, seriál či album měly být zabaleny. Obal pak musí nejen splnit tato očekávání, ale zároveň respektovat danou značku a poskytnout jedinečný

zážitek provázaný s tím, co si fanoušci na daném díle nebo jeho protagonistech zamilovali.

Spotřebitelé na nové vydání nebo sběratelskou edici nezdědka čekají celé měsíce. Jejich očekávání a nadšení proto musí odpovídat také patřičně působivý a kvalitní obal, který si budou moci hrdě vystavit a sdílet se svou rodinou či přáteli.

Doby, kdy si bylo možné vystačit s prostým nasouvacím obalem, jsou dávno pryč. Dnešní obaly pro zábavní produkty musí být vzhledově výrazné, věrné značce a navíc musí spotřebiteli poskytovat působivý hmatový i vizuální zážitek.

7 otázek, které byste si měli klást při navrhování zábavního obalu

Při navrhování obalu pro CD, DVD, sběratelskou edici nebo videohru je třeba uvážit celou řadu věcí. U samotného navrhování i při konzultacích s reklamním týmem musíte mít vždy na paměti toto: Vytváříte vzpomínku a obal oživuje zážitek ze samotného produktu. Následujících sedm klíčových otázek vám pomůže navrhnout zábavní obal, který spotřebiteli zprostředkuje skutečně skvělý zážitek a upevní jeho věrnost značce.

Je nezapomenutelný?

Je to nesnadná otázka, již je někdy ještě těžší zodpovědět. Opatrný a osvědčený postup sice může fungovat, na druhou stranu pak výsledek



nemusí být dostatečně provázaný s příslušným dílem, čehož si spotřebitelé zaručeně všimnou. Při navrhování zábavního obalu se proto vyhněte tuctovým designům, plochým vazbám a obyčejným krabicím. Buďte kreativní. Spotřebitelé si musí k vašemu

obalu vytvořit citovou vazbu, jinak skončí v koši. K tomu vám poslouží speciální designová řešení, interaktivní obaly a unikátní konstrukce. Například díky jedinečné konstrukci může váš obal pro sbírku, film nebo videohru mezi ostatními produkty v přečpaném regálu přímo vyčnívat. Jedinečnost navíc zvyšuje šanci, že spotřebitelé produkt zvolí jako dárek a především, že si jej budou chtít ponechat a ukazovat ostatním.

Je stejně vzrušující jako sama vzpomínka?

Obal musí vhodně doplňovat svůj obsah. Často jsou tyto dvě složky ztotožňovány. Pokud obal nezapůsobí na první dojem, spotřebitel bude nejspíš rozčarován a takováto zkušenost může vést k poklesu prodeje a tržeb. Konec konců, koho by nadchla obyčejná, nudná krabice? Zážitky jsou vjemové povahy, vyvolávají vzpomínky, evokují zvuky, nálady a emoce. Úkolem zábavního obalu je takovéto odezvy v člověku opět vyvolat. Začleněním strukturovaných povrchů, čoček a hologramů můžete spotřebitelům předložit působivou zkušenost, která je příměje s obalem interagovat a snad i oživí jejich vzpomínky.



Je interaktivní?

Interaktivní obal přímo propojuje spotřebitele s produktem a vytváří tak mezi nimi vztah. Obalu, s nímž lze interagovat, je spotřebitel ochotnější věnovat více času. Funguje to dvěma způsoby: vytvořením vizuální vzpomínky na zážitek z kontaktu s obalem a vytvořením vjemové vzpomínky na použité materiály. Oči a ruce si obal užívají společně a zkušenost se tak ukotví v paměti na delší dobu. Mezi prvky interak-

tivních obalů patří například otevíratelné klogy, skryté kapsy, složky a brožurky. Čím interaktivnější obal navrhnete, tím více času vám spotřebitel bude věnovat. Když se vám podaří spotřebitele ohromit, zaručeně se nespokojí jen s jedním prožitkem a bude si ho chtít zopakovat.

Je obal hodně vidět?

Samozřejmě, vidět je každý obal, ale otázka zní, zda jej nakupující OPRAVDU vidí, nebo jej jen tak přejdou. Obal musí vyčnívat nad všemi okolo. Jedním z klíčových faktorů úspěšnosti obalu je jeho viditelnost. V zábavním průmyslu je zcela zásadní, aby nově vydaná hra, album nebo film okamžitě upoutaly pozornost, a obal, který není skutečně vidět, nemá šanci vzbudit ve spotřebitelích zvědavost a přilákat je.



Pro dosažení co největší viditelnosti je důležité maximálně využít vizuální prvky. Speciální zušlechťovací postupy, jako jsou zrcadlové povrchové úpravy, fólie či jednoduše výrazné barvy, účinně přitahují pozornost. Ať se již snažíte vyvolat jakoukoli emoci nebo náladu, zaručeně existuje speciální povrchová úprava, která váš obal učiní vizuálně nezaměnitelným.

Odpovídá obal vašemu sdělení?

Pro kladnou odpověď je zde nezbytná nejen kreativita, ale také dobré porozumění značce. Nelze zaměřit pozornost pouze na zkušenosti a vzpomínky a opomenout přitom uvážit, jak může navržené sdělení ovlivnit celkovou věrnost spotřebitelů značce. Hodnota obalu, ať již peněžita nebo osobní, musí odrážet sdělení značky a to, s čím se ztotožňuje. Obzvláště důležité je to tehdy, je-li značka okamžitě rozpoznatelná pro věrné fanoušky. Obal pak musí fungovat stejně a vyjadřovat shodné cíle a sdělení. S obalem si spotřebitel musí jednoduše spojit stejné vlast-



nosti, například záhadnou či naopak živelnou povahu, jaké si oblíbil u samotné značky.

Je váš obal dostatečně kvalitní?

Odolný obal přečká bez újmy přepravu, déle odolá zubu času a déle také ochrání zabalený

produkt než běžný obal. A konečně také zajistí, že vzpomínky na zážitek s ním spojený přetrvají po měsíce i roky. Odolnost navíc zlepšuje image značky. Lacinost v člověku rozhodně nevyvolá pocit vzrušení a už vůbec mu nepřinese výjimečný zážitek. Pokud je obal chatrný a vypadá jako nekvalitně zpracovaný, spotřebitel usoudí, že nekvalitní a chatrný je i samotný produkt. Při tvorbě obalu pro zábavní produkt se tak snažte navrženému designu zajistit co nejdelší životnost pomocí pevných, tvrdých materiálů, laminace a dobře zpracované konstrukce.

Bude chtít spotřebitel více?

Buďme upřímní, některé vzpomínky a zážitky si připomínáme rádi, zatímco na jiné bychom nejraději zapomněli. Produkt a jeho obal musí ve spotřebiteli vyvolat touhu, ne-li přímo potřebu vrátit se k dané značce. Toho lze dosáhnout kromě nezapomenutelné grafiky a vnější úpravy i celkovým designem a kvalitou obalu. Dejte lidem to, co chtějí, v podobě sběratelských edic a kolekcí „de

luxe“, které doplníte různými exkluzivními prvky a příhrádkami, a lidé se k vám budou vracet.

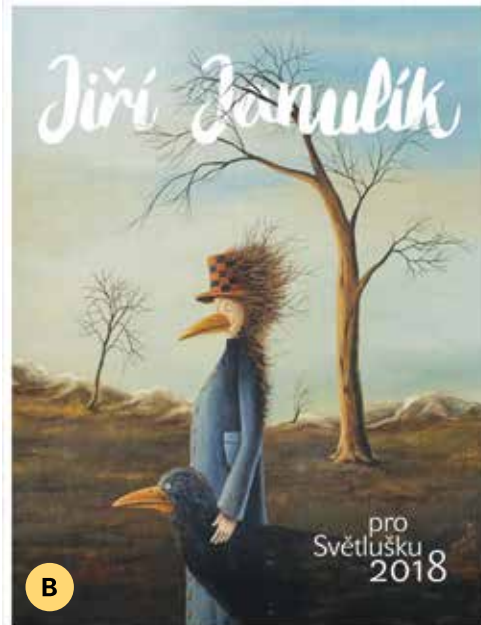
Produkty a značky v zábavním průmyslu vábí spotřebitele ke společné cestě za dobrodružstvím a prožitky. Své produkty proto musíte balit tak, aby měl zákazník pocit, že mu byla doručena osobní pozvánka k těmto nevšedním zážitkům. Obal, který příslušné zážitky náležitě odráží, se stává součástí vzpomínek a mění se ve sběratelský předmět, který bude po celá léta spotřebitele ponoukat, aby se v touze po nových zážitcích zase a znovu obracel právě na vaši značku.

www.packagingoftheworld.com





A



B



C



D

Podzimní pozdrav z Model Obaly /A/

Podzimní pozdrav se nesl ve znamení technologie SoftTouch a UV lesku. Propagovali jsme také Copack Plus, který nám zaslevoval rámeček/misku a listy. Samozřejmě jsme vyzdobili také naše závody. Listí nám padalo úplně všude.

Kalendář Jiřího Janulíka pro Světlušku 2018 /B/

Velkoformátový charitativní nástěnný kalendář pomáhá zdravotně postiženým lidem. Osmdešát procent příjmů z prodeje tohoto kalendáře je převedeno na účet nadace Světluška ve pro-

spěch zrakově postižených a nevidomých dětí a dospělých. Autorem kalendáře pro rok 2018 je Jiří Janulík, český surrealista. Přebal byl vyroben technologií flexotisku. Při kompletaci byla aplikována SKV páska, což je samolepicí oboustranná vysoce lepivá páska, která usnadňuje manipulaci při balení. Zákazníci mohou aplikaci SKV pásky vyzkoušet při lepení figurek na hru.

<http://www.model-obaly.cz/kalendar-svetlusu-2018/>

Vánoční stromeček /D/

Vyrobili jsme a zkompletovali voňavý adventní kalendář. Obsahuje vlepený obal na víno ve formě stromečku polakovaného vonným la-

kem. Stromeček voní po skořici a perníku. Pod každým číslem adventního kalendáře se skrývá návod, který veselou formou informuje, co je potřeba udělat, aby všem náležitostem svátků bylo učiněno zadost.

Betlém s vůní perníčků a skořice /C/

Kromě adventního kalendáře jsme technologii SoftTouch použili také pro výrobu voňavého betlému. Zákazníci si mohli betlém složit a dát pod stromeček. V betlému bylo CD s 13ti písníčkami z celého světa, které nazpíval dětský sbor DOMINO. Betlémy jsme rozdávali v okolí našich závodů, na mikulášských nadílkách ve školkách a školách, v domovech pro seniory a v azylových domech v okolí našich závodů v České republice. Potěšila nás neskrývaná radost obdarovaných.

<http://www.model-obaly.cz/betlem-zimni-pozdrav/>

Nanoušovy lumpárny

V našem Inovačním centru jsme navrhli skoro nezničitelný obal pro Nanoušovy lumpárny, které podporujeme již od roku 2016. V tomto roce se celý projekt rozšířil také na Slovensko. Projekt má krásný název – NANUŠOVE ŠIBALSTVÁ.

Nanoušove šibalstvá jsou multisenzorická kniha pro děti se zrakovým a kombinovaným postižením raného věku. Děti si mohou v knize osahat reálné předměty. Pomohli jsme rozzářit 160 rodin, které Nanušove šibalstvá dostaly pod vánoční stromeček od neziskové organizace RANÁ STAROSTLIVOST.

<http://www.model-obaly.cz/nanusove-sibalstva/>