

Deset designových tipů, které zajistí, že se váš produkt v regálu ani neohřeje

Co má podle vás obal splňovat? Chránit produkt. Ano, a dál? Vypadat dobře v regálu, aby upoutal spotřebitele a přiměl je si váš produkt koupit. Klíčové je zde slovo upoutat. V mnoha případech kupujeme primárně věci, které jsou pro nás vizuálně atraktivní, a pokud je produkt zabalen v laciném, nekvalitním a nudném obalu, je velmi pravděpodobné, že spotřebitel sáhne spíše po lépe vypadající konkurenci. Jaké faktory tedy rozhodují o tom, zda bude obal pro nakupujícího atraktivní, nebo ne? Jednoduše řečeno design. Pokud je i samotný produkt kvalitní, dobře navržený obal prakticky vždy stimuluje jeho prodej. Nicméně mluvit o povedeném obalovém designu je jednodušší než ho realizovat. Proto jsme si pro vás připravili několik tipů, které vám mohou pomoci přilákat a zaujmout zákazníky.

1. Obsah hraje prim

Ve snaze maximalizovat působivost svého obalu značky často zapomínají, že to, co si spotřebitel ve skutečnosti kupuje, je produkt samotný. Jistě, obal v celém procesu prodeje hraje významnou roli, ale není vše. Nejúčinněji působí obaly, které jsou propojeny s výrobkem, který prezentují. Kromě informací o značce je třeba na obalu jasně vyjádřit, o jaký produkt se jedná a k čemu je určen. Podstatné je rovněž umístění těchto informací, protože spotřebitelé jsou dnes zřídkakdy ochotni věnovat jednotlivým produktům více než několik vteřin. Produktový obal by tedy rozhodně měl být vizuálně působivý, ale zároveň musí nakupující informovat o svém obsahu. Čím jasnější bude mít spotřebitel o značce a produktu představu, tím více se o ně bude zajímat.

2. Vyzkoušejte různé verze

I jakkoli exkluzivní či jedinečný obal je k ničemu, pokud si zákazník váš produkt nekoupí. Při vývoji nového obalu je tak lepší předložit

jeho různé verze ke zhodnocení dalším lidem. Můžete si vystačit i s kamarády nebo rodinou. Důležité je, abyste zjistili, jak obal působí na ostatní, jak s nimi komunikuje a zda jsou jejich dojmy v souladu s tím, co jste zamýšleli. To, že je určitý obalový design atraktivní pro vás, neznamená, že se bude líbit i ostatním spotřebitelům. Nepodceňujte význam testování!

3. Upřímnost nadevše

Obal má váš produkt prezentovat v co nejlepším světle, ale dejte si pozor, abyste v této snaze nezašli příliš daleko a ve spotřebitelích nezbudili klamnou představu. Nikdy se to nevyplácí. Vaši zákazníci se budou cítit oklamáni a podvedeni, a přestože může tento krok zprvu stimulovat prodej vašeho produktu, konečný výsledek je vždy stejný – spousta rozhořčených a zklamaných lidí. Pro dlouhodobý úspěch je podstatné, aby se k vám zákazníci vraceli a vaše produkty doporučovali ostatním. Proto byste měli být při propagaci svých výrobků a jejich vlastností vždy upřímní, produktové obaly nevyjímaje.

4. Buďte praktičtí

Praktičnost je důležitá, a to obzvláště, pokud je obal nějak funkčně propojen se zabaleným výrobkem. Spotřebitele nezajímá vždy pouze vzhled. Význam v mnoha případech přikládají také snadné manipulaci a efektivitě použití. Podívejte se na již dostupná řešení a zamyslete se, jak byste mohli zdokonalit funkční aspekt svého obalu. Dobrá funkčnost vám již sama o sobě přinese nové zákazníky.

5. Poznejte své zákazníky

Když se dobře obeznámíte se svou cílovou skupinou, získáte lepší představu o tom, jaký obal pro svůj produkt potřebujete. Při navrhování optimálně zacíleného obalu je třeba uvážit celou řadu charakteristik, mimo jiné pohlaví, věkovou skupinu, měsíční příjem atd.

6. Používejte čitelné fonty

Spotřebitelé obvykle jednotlivým produktům nevěnují více než několik vteřin. Pokud jim použitý font přijde špatně čitelný, pravděpodobně nebudou ochotni jej blíže studovat, aby



o vašem produktu zjistili, co potřebují. Proto vždy volte primárně snadno čitelné písmo. Výrazně zdobné fonty jsou problematické, protože nakupující je často nedokážou na první pohled rozluštit. Důležité je rovněž zajistit, aby zvolená barva písma ladila s ostatními barvami i celkovým vzhledem obalu.

7. Nespoúštějte oči z konkurence

Je dobré neustále sledovat konkurenční produkty. Můžete tak zjistit, jaké designové prvky na svých obalech používají a jak se od sebe odlišují. Cenné poznatky navíc nezískáte jen pozorováním úspěšných značek, ale i těch, kterým se tolik nedaří, protože se pak budete moci vyvarovat designových nedostatků, jimiž trpí právě jejich obaly. Všechny tyto informace pak můžete využít při navrhování vlastních obalů, které budou dokonale plnit potřeby vaší značky a jednotlivých výrobků.

8. Nezapomínejte jít s dobou

Už jste někdy slyšeli poučku „Nespravuj, co není rozbíté.“? Tak ta pro obalový design ne-

platí. Měli byste sledovat, co nového se ve světě obalů objevuje, abyste udrželi krok s dobou. Ani ta nejužasnější obalová strategie nebude stejně dobře fungovat věčně. Je třeba se neustále informovat o zájmech a prioritách spotřebitelů a snažit se jim přizpůsobit své obaly. I drobné změny v chutích spotřebitelů lze využít a na jejich základě například zdůraznit prvky, které byly dříve upozaděny.

9. Nikdy nešetřete na kvalitě

Vždy používejte ty nejkvalitnější materiály, jaké si vzhledem ke svému rozpočtu můžete dovořit. To, jak kvalitně obal vypadá a působí, má velký vliv na rozhodnutí ke koupi. Pro mnohé spotřebitele odráží kvalita zevnějšku také kvalitu toho, co je uvnitř. Pamatujte na to, až budete vybírat materiály pro svůj nový obal.

10. Obal musí vyčnívat

Spotřebitelé váš produkt sotvakdy uvidí osamocení. Prakticky vždy na něj narazí v regálu mezi spoustou dalších výrobků stejné produktové kategorie, obvykle seřazených do řad

a různých seskupení. Nakupující tak před sebou vidí více či méně splývající nebo chaotické vzory sestávající z jednotlivých obalů. Pokud se vám v této záplavě podaří upoutat rušivým designem, ať již samostatných obalových jednotek nebo skupinovým designem utvářeným více jednotkami, budete rázem o krok napřed před konkurencí. Schopnost obalu odlišit se od ostatních a přitáhnout k sobě pozornost je jedním z pilířů úspěšného prodeje v maloobchodních prodejnách. Rozhodně se vyplatí zaměřit se při testování nového obalu i na tuto vlastnost. Když se vám v tomto směru obal povede, máte vyhráno!

Obalový design je věda a mnoho značek si s ním stále nevadí rady. Obaly těch nejuspěšnějších z nich se vyznačují dokonale vyváženou kombinací osvědčených propagačních prvků a originality. Výše uvedené tipy vám pomohou přesvědčit spotřebitele, aby si váš produkt koupili, protože uvidí, že i vy patříte k této obalové elitě.