



Тема 5.
Дизайнът и опаковката като маркетингова
иновация. Нетехнологичните – маркетингови
иновации





"Design is not just what it looks like and feels like. Design is how it works."

Steve Jobs

„Дизайнът е неразделна част от процеса на иновация. Дизайнът е стратегически инструмент за ориентираната към потребителя иновация. Дизайнът променя научноизследователската и развойната дейност“

Из „Стратегия за иновации на ЕС 2020“

Защо по-добър дизайн?

- ❖ Увеличаване на приходите поради нарастване на маржовете на печалба поради диференциация на продукти, правейки ги по-привлекателни;
- ❖ Потенциал за намаляване на загубите и други разходи;
- ❖ Дизайнът като процес обединява усилията на различни звена от корпоративната структура

Дизайнът като иновация

- Допълнение към развойната дейност
- Превръща резултатите от изследвания в търговски жизнеспособни продукти и услуги
- Използва се нашироко от малките и средни предприятия;
- Ниско технологичните компании
- услугите



Роля на дизайна

- ❖ Мост между науката, технологията и потребителя ;
- ❖ Засилване на комуникацията между звената на иновационния процес : изследвания, развитие и производство, изследвания, развитие и маркетинг, идеи и технологични изобретения в продукти и услуги;
- ❖ Привлекателни за клиентите и лесни за употреба

Дизайнът като средство

- Инструмент за иновации на развитите пазари след незначителни подобрения;
- Инструмент за нарастване на приходите от продажби и маржовете на печалба чрез диференциация и индивидуализация на продукти и услуги;
- Инструмент за намаляване на разходите

Как го правят?



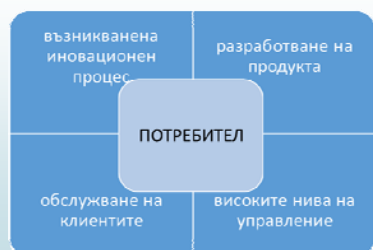
Интегративна функция на дизайна



Малко носталгия по любимка от близкото време



Дизайнът е стратегическа дейност



Дизайнът затваря линията на иновациите



Основни аспекти на опаковането



Малко история.....

Първите стъклени
бутилки



Госфриран картон за
опаковки – 1850 година



Първите опаковки

1892 година Уилям
Пейтнър



National cookie & Co
през 1890 г. за пръв път
опаковат индивидуално



Още малко история....

Метални консервни
кутии 1800-1975



Бутилката за мляко 1951
Швеция



Иновация – пуканки и оригами



Иновация „Опаковане на вино за уикенда“



Опаковка за спагети за обяд на работното място



Практични съвети::

* Създай опаковка за многократна употреба. Ефектът е двоен – формира отношение към природата и ограничава безразборното използване на природни ресурси;

* Добави нещо отличително към стандартната опаковка. Знакът на фирмата, географска, природна или друга забележителност по произход ще направи продукта уникален и разпознаваем!!;

* Нека опаковката да е естетична и мотивираща за продължителна употреба. Красивата опаковка впечатлява и е естествена реакция на потребителя да не я захвърли веднага след отваряне, а да си остави време за размисъл дали не може да я използва за други цели.;

* Добре е опаковката да има леко развлекателен елемент. Такава опаковка провокира, привлича вниманието и се поражда желание тя да бъде използвана и за други цели. ;

* **Фирмените цветове трябва да доминират!!** Езикът на цветовете е важен поради посланията, които те изпращат. Използвайки различни цветове, чрез дизайна на опаковките може да се стимулира или инициира определено поведение на потребителите. Психолозите са установили, че тоновете на непосредственото ни обкръжение могат да помогнат при изпълнението на определени задачи. Зеленият цвят символизира усилията за опазването на околната среда и това може да се види най-добре във фирменият знак на BP – British Petroleum. Като и непропуснатата възможност след екологичната катастрофа в Мексиканския залив този знак да бъде опетнен.



Още малко съвети

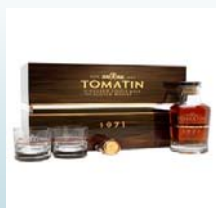
Използвай и гърба на етикета за прозрачни продукти при прозрачни опаковки. Така вместо два ще се отпечата един двустранен етикет, който може да бъде четен, независимо, че е залепен на повърхността. Намалва се разходът на хартия за етикети, както и времето за операцията по залепването на втория етикет.

Опитай металните ефекти. Използването на опаковки от произведен материал, наподобяващ по цвят и твърдост металната опаковка, е едно добро решение ако се сравняват разходите по изработването на опаковка от картон и метална, медна или от друг вид опаковка.

* **Опаковката трябва да има дизайн, съответстващ на целевата група.** Опаковките на стоки, предназначени за деца, могат да имат отпечатани герои от приказки и дори да пресъздава приказни истории.

В този случай възниква въпросът, обаче, относно авторските права на продуцентите на филмовото шоу. Правото на използването на герои от такъв продукт са предмет на търговска марка и използва

Тематични опаковки



Заявка за дизайн



Казус
