

Myśl niestandardowo – uszlachetnianie druku zwiększa sprzedaż

Dobrze rozumiany marketing to nie zestaw trików i działań doraźnych, lecz przemyślana strategia i wynikająca z niej taktyka działania, dostosowane do docelowych odbiorców, oparte na wiedzy i badaniach, osadzone mocno w realiach rynkowych. Budowanie wizerunku marki stanowi jeden z najistotniejszych elementów prawidłowego marketingu. Na nic jednak nie zdadzą się zabiegi specjalistów tej branży bez integracji działań.

Po przemyślanej kampanii reklamowej i badaniach rynku nadchodzi czas na pozycjonowanie wizerunku marki, ostatni moment, by nakłonić konsumenta do zakupu tego czy innego towaru. W praktyce niemożliwe jest przeprowadzenie ekskluzywnej promocji, np. telewizyjnej, a następnie wyprodukowanie opakowania w sposób wadliwy lub całkowicie nieatrakcyjny. W celu uzyskania elementu premium należy skupić się na uszlachetnieniach opakowań.

Jak wskazują badania, konsumenci zdecydowanie częściej zwracają uwagę na opakowania uszlachetnione (ze szczególnie nowatorskimi i widocznymi efektami), niż na produkty, które są pozbawione tych cech. Skoro potencjalni klienci zainteresują się konkretnym uszlachetnionym opakowaniem, mamy większą szansę przyciągnąć ich uwagę, i to na dłużej, a w konsekwencji sprzedać zdecydowanie więcej produktów znajdujących się w tym opakowaniu. Zwróćmy uwagę, iż sam skład lub opis np. kosmetyku nie są w stanie wskazać przeciętnemu konsumentowi, iż jest to produkt typu premium. Natomiast szeroka akcja promocyjna połączona z ekskluzywnym, tj. uszlachetnionym, opakowaniem znacząco wpływa na postrzeganie danego produktu oraz zwiększa rozpoznawalność i wartość marki producenta.

Sęk bowiem w tym, żeby opakowanie produktu wyróżniało się spośród dziesiątek, a może i setek innych dostępnych na półkach sklepowych. Rozwiązaniem są uszlachetnienia opakowań.

Przedstawione powyżej argumenty powinny przekonać agencje kreatywne oraz marketingowe. Opakowania uszlachetnione lakierami bądź foliami holograficznymi stanowią na rynku polskim zaledwie niewielki procent wszystkich opakowań. To wielka strata, a zarazem możliwość pozwalająca dostrzegającym tę niszę firmom znacząco zwiększyć sprzedaż, powiększając tym samym zysk. Firmy zajmujące się wysoko wyspecjalizowanym uszlachetnianiem druku realizują zlecenia kompleksowo, począwszy od szkoleń, konsultacji po całościową realizację uszlachetnień, mając na uwadze możliwości technologiczne oraz najnowsze trendy w branży.

Skoro o trendach mowa – poza wspomnianymi lakierami oraz foliami holograficznymi w dalszym ciągu niezwykle eleganckim i popularnym zabiegiem jest hot-stamping czy folie metalizowane. Nowości na polskim rynku uszlachetnień druku, takie jak liquid silver/gold oraz lakierowanie strukturalne (polegające na nałożeniu na zadrukowaną powierzchnię warstwy lakieru UV, który formowany jest w wybraną określoną strukturę, jak skóra, płótno, szcztokowane aluminium czy perła), zdobywają coraz szersze grono klientów.

Możliwości jest wiele, a dzięki dostępnym technologiom wystarczy je wykorzystać i tym samym zrealizować własne zamierzone cele sprzedażowe.

Jakub Kuzioła
International Trade Specialist
Multifol

TAJEMNICA USZLACHETNIEŃ

Złocenie do formatu B1

- foliami metalicznymi
- foliami dyfrakcyjnymi
- Liquid Silver (Cold Stamping).

Lakierowanie UV

- wybiórcze
- po całości
- brokatowanie
- zdrapki
- lakier wypukły 3D
- lakiery specjalne
- lakier holograficzny.

Kalandrowanie

- faktura płótna
- faktura skóry
- faktura prążków.

Foliowanie do formatu B0

- foliowanie arkuszy z wyciętym okienkiem
- folią matową
- folią błyszczącą
- folią PET metalizowaną
- folią strukturalną.

Wykrawanie.

