

“УПАКОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ” В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ

ЭФФЕКТИВНЫЕ ПОДХОДЫ ДЛЯ ОФОРМЛЕНИЯ СЕТЕЙ ПРОДАЖ

Упаковка товара и вывески



- Вывески, как “упаковка” магазина (сети)
- Перегруженная визуальными коммуникациями среда
- Беглый взгляд потенциального клиента
- Схожесть функций и условий работы

Опыт из теории упаковки: эксперимент Л. Ческина



РЕЗУЛЬТАТ:
80% респондентов считали, что продукт из
коробки с кругами **ЛУЧШЕ** по качеству

Данные экспериментов психолога Льюиса Ческина.
Источник информации: Louis Cheskin (Author)
“Why People Buy: Motivation Research and Its Successful
Application Hardcover”

Опыт из теории упаковки: Макароны Мюллера



УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ

+8 ... 25%

Если замена устаревшей упаковки продукта поднимает продажи на 8% и выше, то и правильная "упаковка" магазина дает эффект в продажах

В середине 1960-х годов Фред Мюллер, президент компании, изготавливающей макароны, заказал разработку нового упаковочного оформления.

Дизайнер Ирв Кунс немного увеличил целлофановое окошко и чуть-чуть изменил форму упаковки так, что оно оказалось целиком на белом фоне.

Непрофессионал, поглядев на новый дизайн, удивился бы: чего ради компания решила хлопотать из-за такой мелочи?

Когда появилась подновленная упаковка, продажа подскочила на 8% и в следующем году на 10%.

При этом не было никакой рекламы. "Наверное, дело было в новой упаковке, - сказал Кунс, - но я бы и сам не поверил, что причиной тому явилось такое маленькое изменение."

Пример из книги
Томаса Хайна "Все об упаковке"

«по Фрейду»

80% покупателей переносят свое подсознательное, эмоциональное восприятие упаковки на сам продукт.



Арки McDonald`s



Кетчуп «Heinz»

Эмоциональное значение цвета (по М. Люшеру)

Макс Люшер разработал систему, позволяющую проанализировать разнообразные факторы покупательских предпочтений и успешно создавать дизайн для различных групп покупателей. На протяжении 40 лет он консультировал различные мультинациональные компании.

Ассоциация

радость



удивление



утомление



страх



гнев



грусть



интерес



Эксперимент Л. Ческина



Порошок в желто-синей упаковке:

- лучше отстирывает
- бережнее относится к вещам

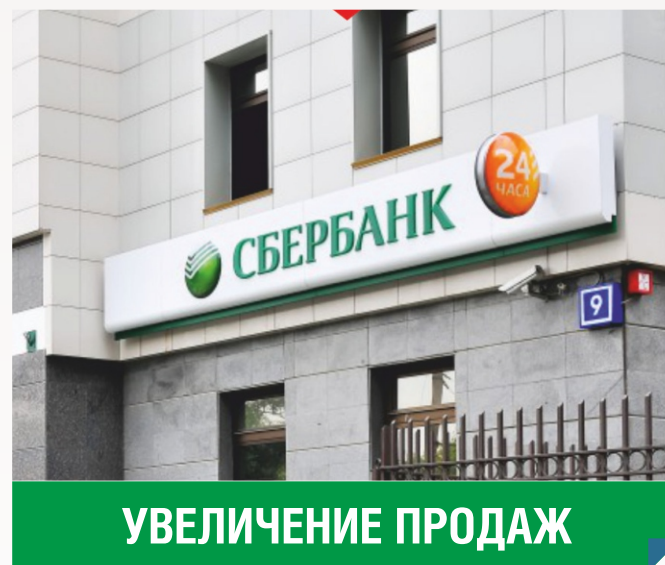


Смена вывески и рост продаж



+25% *

* Pyaterochka X5 Retail Group Capital Markets Day 2014
Olga Naumova, Pyaterochka General Director
Report 29 October 2014 Moscow, Russian Federation



+5 ... 35%

В РОЗНИЧНОМ БИЗНЕСЕ
(ПО РАЗНЫМ ВИДАМ УСЛУГ)

International Sign-Makers Association (ISA):



Простая фасадная вывеска
повышает объем продаж на **3%**



49% покупателей, пришедших в магазин,
“попадают” на привлекательную вывеску,
при этом **17%** вообще в этот день
не планировали покупки



Отдельно стоящая конструкция
повышает объем продаж на **15%**

От идеи до реализации

«старый» стиль



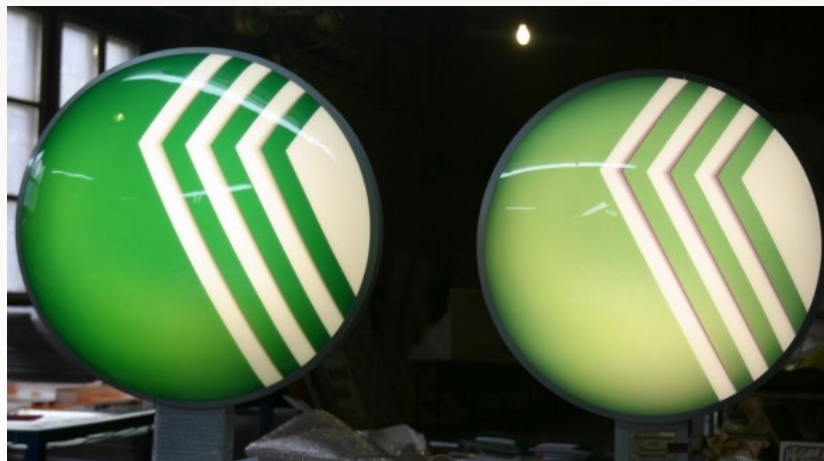
ребрендинг



в материале



Шелкография



Полноцветная печать

- низкая устойчивость к выгоранию на солнце
- блеклое изображение при включенной подсветке

Сбербанк: реализация



Фризовой панель-кронштейн

2.4 Внешний вид. Используемые материалы для стандарта 750

1. Рама сварная

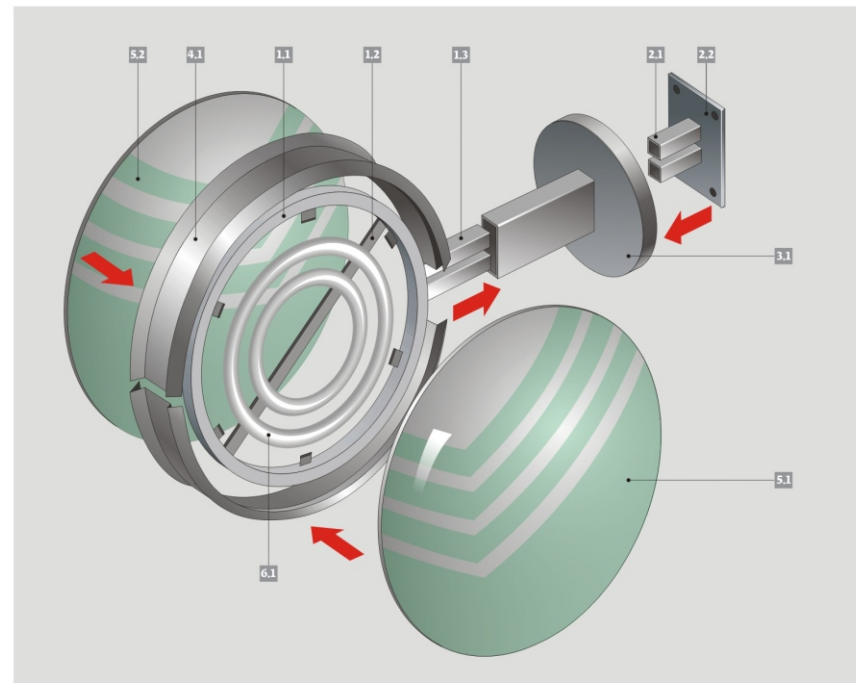
Черный металл с грунтовкой и окраской
Рекомендуется окраска по порошковой технологии
RAL 7042 (цвет серый)

1.1 Труба квадратная 20x20x1.5 мм

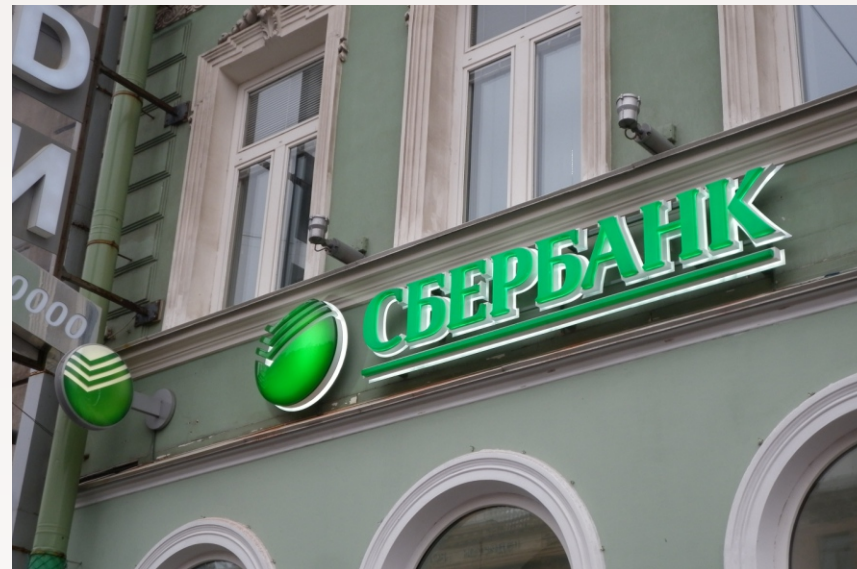
мм
мм
логии
мм
но приближенный
й профиль
логии
ель
цией VIVAC-099,
ны. При печати
ные краски для
и, стойкие к
воздействиям,
на просвет.

Ultraform UVFM (Marabu), Omnipius UI (Sericol),
Nazdar 1500

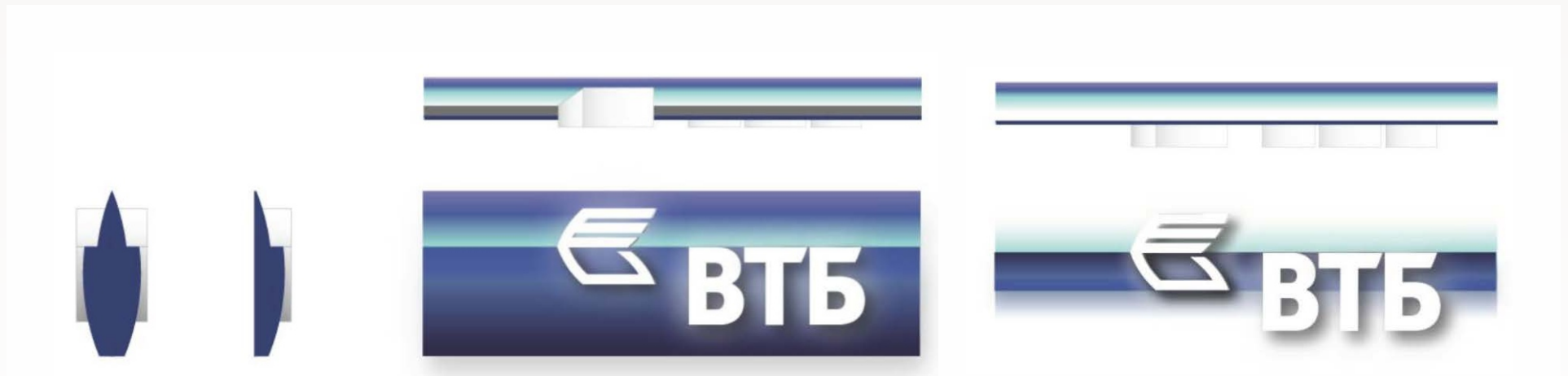
Отпечатанный логотип, как при включенном,
дении, обеспечивает
радиенте



Сбербанк: упаковка сети



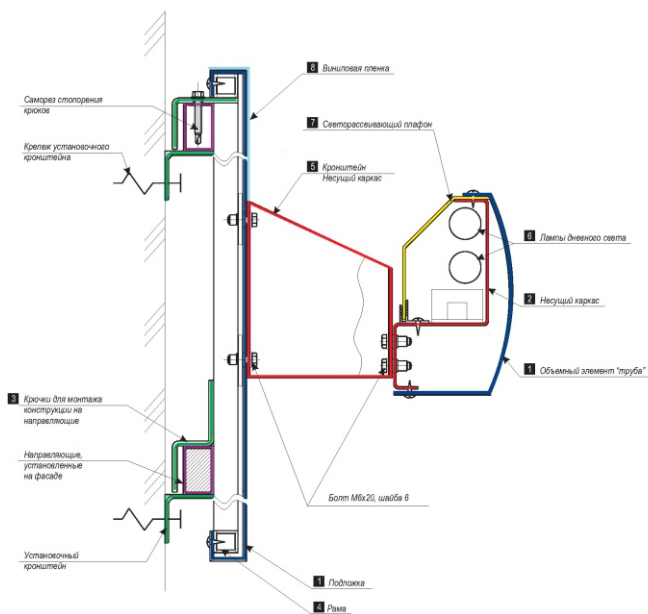
ВТБ: создание «голубого горизонта»



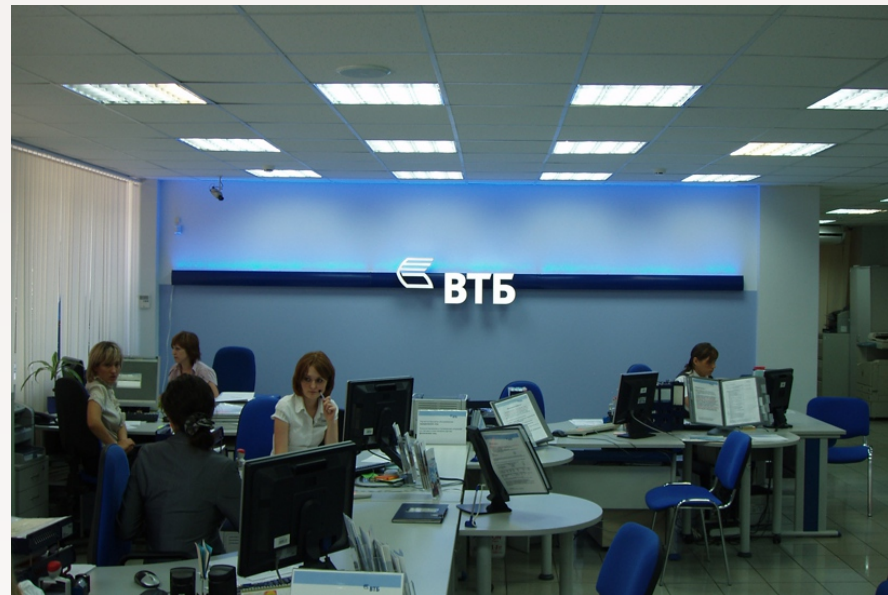
ВТБ: создание «голубого горизонта»



Сечение подложки и объемного элемента «труба»



- Применяемые материалы
- 1 Композитный материал HAIDA HD-320 (цвет синий) RAL 5002
 - 2 Алюминий 2 мм
 - 3 Полоса 40х4
 - 4 Черный металл с грунтовой и оцинковкой Труба 20х20х1,5
 - 5 Алюминий 2 мм Покрытие по порошковой технологии (цвет синий) RAL 5002
 - 6 Лампы TLD (сине свечение)
 - 7 Молочный ПЭТ Вязак 2 мм (НУДЕК)
 - 8 Виниловая пленка ORACAL серия 641 № 52 (цвет голубой)



04.06.07 1.01. Фасадная вывеска с фоновой подложкой
Сечение вывески
Применяемые материалы

Документация для ВТБ Корпоративный дизайн

Часть: Конструкторская документация
Раздел: 1. Фасадные вывески
Стр./Всего: 3 из 23
Разработано: ООО «Латекс Центр»

Реализация задуманного?



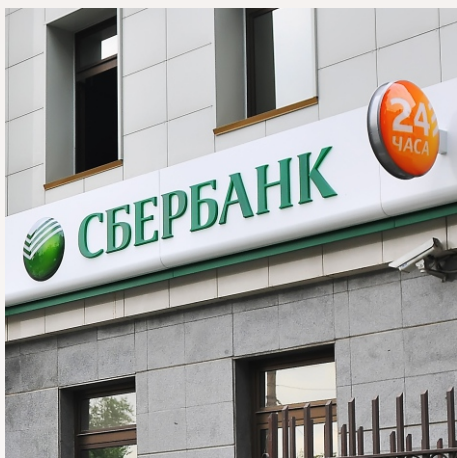
Реализация задуманного?



Создание и работа «упаковки сети»



ЛАТЕК - РЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ



4500 отделений



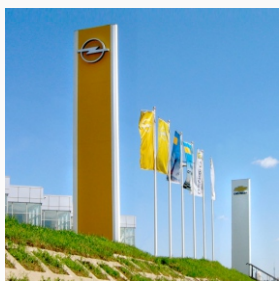
398 офисов



390 отделений



156 отделений



108 дилерских
центров



105 отделений



115 отделений



65 отделений



53 офисов



45 отделений

ДАННЫЕ О КОМПАНИИ

Название компании Компания “ЛАТЕК”

Год основания 1992

Адрес 127015, Россия, г. Москва
ул. 2-я Энтузиастов, д. 5, корп. 5

Телефон (495) 983-05-19

Интернет-сайт <http://www.latec.ru>

Генеральный директор Соловьев Александр Викторович
моб. тел.: +7 925-411-1955
e-mail: abc@latec.ru

Руководитель отдела маркетинга Невская Ольга
моб. тел.: +7 925-506-1255
e-mail: onevskaya@latec.ru