

## УПАКОВКА, КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА

*Белениник Александр Вацлавович  
Научный руководитель – Макаревич Н.В.*

В последнее время упаковка превратилась и в одно из действенных орудий маркетинга. Хорошо спроектированная упаковка может оказаться для потребителей дополнительным удобством, а для производителей - дополнительным средством стимулирования сбыта товара. Расширению использования упаковки в качестве орудия маркетинга способствуют самые разные факторы:

1. Самообслуживание в торговле.
2. Рост достатка потребителей.
3. Образ фирмы и образ марки.
4. Возможности для новаторства.

Функции современной прогрессивной упаковки существенно расширились. Сегодня изящная упаковка – это неплохая реклама, прием привлечь внимание клиентов, сделать положительные эмоции и повысить узнаваемость Вашей продукции и, как результат, повысить объёмы продаж.

Успешный проект по разработке нового дизайна или смене предыдущего приводит к качественному и количественному росту показателей бизнеса. Статистика реализованных проектов редизайнинга упаковки в сегменте FMCG (товары повседневного спроса) свидетельствует о следующих результатах:

1. Рост представленности продукта в торговых точках - на 15%.
2. Улучшение качества выкладки - на 100%.
3. Рост узнаваемости потребителями - 25%.

В результате рост продаж продукта возможен на уровне 10- 25%.

Тем не менее, не спасут никакие маркетинговые ухищрения, если самая удобная, привлекательная и практичная упаковка не содержит столь же качественный продукт. Возможно, покупатель приобретет такой товар один или два раза, соблазнившись хорошей упаковкой, но это не будет гарантировать стабильного уровня продаж. Поэтому следует учитывать, что качество продукта обязательно должно соответствовать упаковке.