



«ТОВАР – ЛИЦОМ»: НЕОБЫЧНАЯ ДИЗАЙНЕРСКАЯ УПАКОВКА ОБЫЧНЫХ ТОВАРОВ

Кажется, немудреная это вещь – упаковать товар для его доставки в магазин, продажи и доставки домой. Ведь все равно покупателю важен сам товар – а упаковку потом просто выбрасывают...

Однако не зря говорится «встречают по одежке»: удобная, красивая упаковка способна существенно повысить продажи товара, становясь его дополнительной рекламой, а непродуманная и неудобная может свести на нет все положительные качества товара. Примеров тому – множество: это и упаковка в целлофан, который приходится при отсутствии под рукой ножика или ножниц буквально «прогрызать», чтобы добраться до содержимого, и фольга на стаканчике с йогуртом, которая рвется при открывании вместо того чтобы отделяться целиком... и, наоборот – согласитесь, насколько удобнее, когда пакетик с приправой снабжен «зип-локом» – застежкой, позволяющей надежно закрыть вскрытый пакетик до следующего раза, или когда на упаковке предусмотрен специальный «язычок», потянув за который, можно выдернуть специальную ленточку и легко вскрыть целлофановую обертку.

Иногда непродуманная упаковка или фирменное название и вовсе может стать препятствием для продажи товара. Говорят, например, что компания Gerber (производитель детского питания, принадлежит компании Nestle) внезапно столкнулась с практически полным отсутствием продаж своего продукта в Эфиопии. Специалисты по маркетингу провели целое расследование и выяснили следующее. В Африке, где до сих пор многие жители неграмотны и не умеют читать и писать, на упаковке еды и напитков обычно изображаются



основные ингредиенты: овощи, молоко, на мясных консервах – соответствующее животное и т. д. А на баночках с детским питанием от Gerber – правильно! был изображен пухлощекий младенец. Африканцы не только отказывались покупать такую еду – они были в ярости, посчитав это своеобразным обвинением в людоедстве! Впрочем, и само название фирмы оказалось мало подходящим для торговли на международном рынке: например, слово «gerber» при переводе на французский означает «тошнит», что, конечно, совсем не подходит бренду, производящему еду.



Зачастую фирмам даже приходится менять название своей продукции, начиная ее продажи в другой стране. Например, популярная сегодня лапша быстрого приготовления «Доширак» была переименована специально для России, а ее настоящее, правильное с точки зрения иностранного произношения название, звучит несколько иначе.

Вообще же дизайнеры различных фирм-изготовителей во всю стараются создавать не только внешне привлекательные, но и удобные, необычные и даже полезные упаковки для своих товаров, надеясь тем самым привлечь дополнительное внимание взыскательных покупателей. И вот тому несколько примеров.

Чайные пакетики в виде золотых рыбок

Обычный чайный пакетик... Маленький мешочек с приклеенной к нему ниткой, за которую использованный пакетик можно вытащить из чашки.

Уже есть пакетики в виде тетраэдра (говорят, что чай в них заваривается лучше) или пакетики, которые можно выжимать, натягивая ту самую нитку. Но насколько интереснее смотрится предложенный одной из фирм чай в виде золотых рыбок!



Деревянная упаковка для бутылки вина – скворечник

Деревянный ящичек, в который упакована бутылка, можно затем использовать как готовый домик для птиц. В нем есть для этого всё – даже жердочка и материал для будущего гнезда.



Виртуальные очки как упаковка для смартфона

Очки (шлемы) виртуальной реальности сегодня стали уже привычными, некоторые магазины предлагают их бесплатно в комплекте к дорогим смартфонам. Но до такого маркетингового шага, который предложила компания Alcatel, кажется, еще никто не додумывался. Упаковочная коробочка новой версии смартфона Alcatel IDOL 4S – это уже и есть готовые VR-очки. Точнее, очки виртуальной реальности просто являются коробочкой для этого смартфона и всего, что входит в его комплект поставки. Для работы с этими «упаковочными» VR-очками в смартфоне уже установлено отдельное специальное приложение. Скачивать

игры для очков виртуальной реальности и 360-градусные видеопанорамы можно из специального «VR Маркета».



Спагетти. Ровно 6 порций

Упаковка итальянских макарон спагетти сделана так, что макароны в ней уже распределены на шесть одинаковых порций. Так что никто не окажется обделенным, а вскрыть можно только такое количество отсеков, сколько порций нужно в данный момент сварить.

... и не только спагетти

Еще одна фирма-производитель макаронных изделий предлагает свою продукцию в красивых и весьма продуманных упаковках – при этом сразу видно, какие именно макароны находятся внутри.



Упаковка молока, меняющая цвет

А вот эта простая по виду упаковка молока со временем сама меняет свой цвет – с белого на пятнистый. Назначение такой «мимикрии» очень простое – так наглядно демонстрируется истечение срока годности продукта.



Упаковка для пиццы

Съесть купленную пиццу в дороге или на пикнике может стать некоторой проблемой, когда под рукой нет ни тарелок, ни столовых приборов, а руки не хочется пачкать. Изготовители этой пиццы предусмотрели такую ситуацию, включив в состав упаковочной коробки готовые «прихватки» для каждого кусочка.



Упаковка для пиццы – проектор



А этот вариант упаковки пиццы, наверное, больше понравится детям. Здесь, кроме пиццы, в коробке есть линза, а сама коробка превращается... в проектор: достаточно вырезать круглое окошко на боку, вставить в него линзу и поместить внутри коробки обычный смартфон.

Упаковка для джема

А эта упаковка превращает обычную распаковку товара в мини-игру, а пользователя – в циркового фокусника. К картонной коробочке, в которую упакована бутылочка с джемом, прилагается картонная же пила, которой надо распилить коробочку напополам. И тогда выяснится, что в упаковке – не одна, а две маленькие бутылочки. Пилу же после этой операции можно разрезать и превратить в этикетки для баночек.



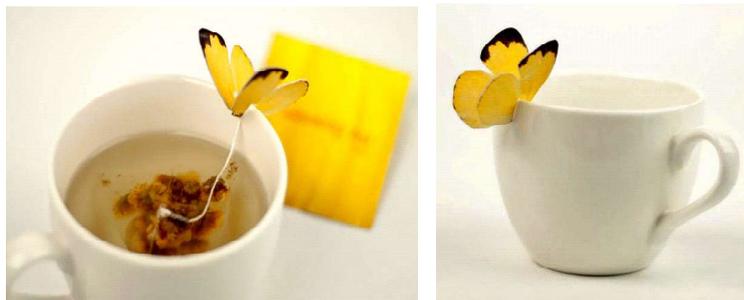
Упаковка для арахиса со специальным отделением



Чрезвычайно простая, но важная с точки зрения экологии идея понятна из фотографий. Пакетик с арахисовыми орехами имеет еще одно дополнительное отделение, в которое предлагается складывать скорлупу, чтобы потом аккуратно выбросить пакет в урну, а не мусорить вокруг себя. Было бы очень неплохо, если бы эту идею повсеместно использовали и у нас в России – например, производители семечек...

Чайные пакетики «Бабочка»

Еще один пример дизайна чайных пакетиков. Здесь сам пакетик – обычный, но его ярлычок на нитке выполнен в виде бабочки. Красиво – а заодно и удобно: можно закрепить ярлычок на краю чашки, и он не свалится в чай.



Крышка от йогурта, которая превращается в ложку



Обычная крышечка на одноразовой баночке с йогуртом, сложенная по указанным на ней линиям, превратится в ложечку, чтобы удобно было съесть йогурт. Правда, при этом остается вопрос гигиены: видимо, перед употреблением всю упаковку (или хотя бы оторванную от нее крышечку) желательнее будет вымыть – ведь неизвестно, где и как она лежала на складе магазина...

Упаковка для чипсов

Чипсы – это далеко не самая полезная еда. Но многие являются любителями этих хрустящих пластинок. Для их удобства – гофрированная упаковка, которую после снятия крышечки можно немного растянуть и превратить в мисочку.



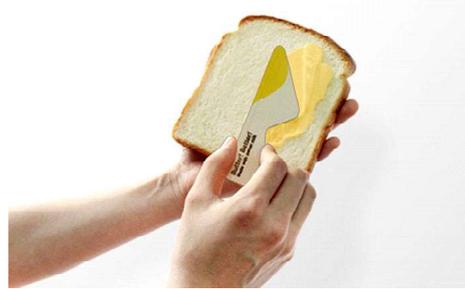
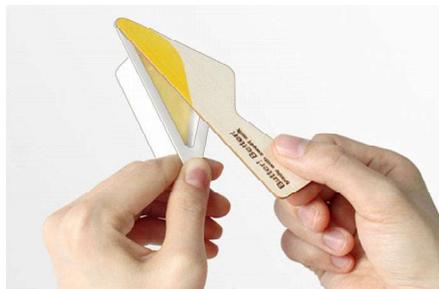
Фруктовый лед Dino Ice

Вряд ли можно найти ребенка, который не любил бы мороженое. Особенно – на палочке, которое так удобно держать в руках и постепенно обсасывать вкусную порцию. Но кто сказал, что палочка должна быть обычной, чтобы ее затем просто выбросить? Это мороженое не зря называется «Dino Ice»: внутри порции фруктового льда палочка выполнена в виде профиля динозавра – и удобно, и интересная игрушка.



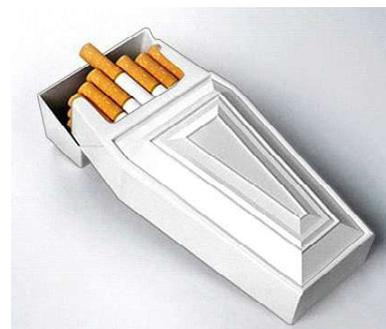
Упаковка для масла

Одноразовая порция масла может быть удобной, например, в путешествии. Но может оказаться, что с собой нет даже ножика, чтобы намазать его на хлеб... А вот покупатели такого масла от этой проблемы избавлены. Крышечка здесь уже представляет собой такой ножик.



Минздрав предупреждает...

Ну и, наконец, еще один пример упаковки, которая нацелена уже, наоборот, на существенное снижение продаж товара. Достаточно одного взгляда на эту коробочку с сигаретами, и станет ясно: Минздрав предупреждает далеко не зря...



Источники:

1. 25 примеров гениального дизайна упаковки (<https://fishki.net/2319442-25-primerov-genialynogo-dizajna-upakovki.html>).
2. Как непонимание менталитета приводит к провалам рекламных кампаний (<http://www.brandlab.ru/brandlab/articles/595/>).
3. https://hi-tech.mail.ru/review/Alcatel_IDOL_4S-film/#3
4. <https://veq.ru/catalog/columns-creatiff/doc/2689>

В мае 2019 года состоялась очередная конференция представителей стран-участниц Международного конкурса «Бобер», на которой обсуждались задачи, подготовленные учёными и преподавателями этих стран для Шестнадцатого конкурса «Бобер».

Мы надеемся, что эти задачи будут интересны, занимательны и полезны.

Вот таким (см. с. 3 обложки) на конференции был постер российского «Бобра».

Международный конкурс «Бобер-2019»

будет проходить

7–15 ноября 2019 года

Приглашаем всех школьников с 1 по 11 классы к участию в конкурсе «Бобер-2019».

Приглашаем активных учителей-организаторов, методистов и всех, кто готов к сотрудничеству в качестве региональных представителей, зарегистрироваться на сайте и прислать нам заявку.

Сайт конкурса: <http://bebras.ru>