



A embalagem como meio de relacionamento

Com o surgimento internet e das redes sociais houve uma gigantesca mudança na forma do mundo se relacionar e, por consequência, das empresas e suas marcas se relacionarem com seus públicos.

Além das formas tradicionais como proposto pela publicidade através da TV, rádio, revistas, jornais, etc..., hoje existem várias outras formas de comunicação e a embalagem se tornou uma das mais estratégicas porque tem uma relação quase simbiótica com o produto.

Na verdade a embalagem já é entendida e percebida como uma das principais ferramentas de marketing e branding dentro dos processos de gestão das empresas.

Por meio da embalagem são transmitidos os benefícios e diferenciais do produto, comunicando e tornando claro o seu posicionamento (imagem desejada), agregando percepção de valor, criando identidade e principalmente fortalecendo e valorizando a marca da empresa. A embalagem, por ser um dos pontos de contato com a marca (brand experience) oferece ou deve oferecer uma experiência estimulante, prazerosa e positiva para o consumidor criando a mística do produto e estabelecendo o vínculo emocional com ele. E esta experiência pode ser estendida através das promoções, acesso aos sites, hotsites.

Outro ponto interessante é a embalagem como ferramenta de educação, pois através das informações disponibilizadas o consumidor aprende sobre sustentabilidade, reciclagem, nutrição, alimentação, etc...e vincula todo este aprendizado à marca.

Desta forma, podemos perceber a grande oportunidade de estabelecer relacionamento e vínculos entre consumidores e empresas a partir do desenvolvimento de projetos de embalagem, por isso eles devem ser elaborados de forma profissional para explorar ao máximo esse potencial.

Gisela Schulzinger
Haus Design