Drukarnia Hologramy Sp. z o.o.
Kościuszki 5
05-092 Łomianki
tel. 22 831 16 15
e-mail: info@nalepki24.pl
Otwarte: 8:00 - 16:00

Zwierzęta na etykietach przyciągają konsumenta



https://www.nalepki24.pl/zwierzeta-na-etykietach-przyciagaja-konsumenta.html

Cena brutto	0.00 PLN
Cena netto	0.00 PLN

Wykorzystanie zwierząt jako środka komunikacji marketingowej widzieliśmy w tysiącach spotów oraz na tysiącach produktów zapełniających półki sklepowe. Zakresu tego zjawiska w żaden sposób nie można ograniczać do słodkich kociaków, wiewiórek na maśle orzechowym czy żubrach na piwie.

Opis

Jak oddziałują zwierzęta na opakowaniach produktów

Odwołanie się do relacji człowiek-zwierze, według wielu opracowań naukowych, powoduje zwiększenie percepcji marki oraz intencji zakupowej. Kluczem do odpowiedniego wypozycjonowania

marki produktu żywnościowego lub kosmetycznego, jest projekt etykiety samoprzylepnej z motywem zwierzęcym. Czy musi on być oczywisty, dosłowny i realistyczny? **Niekoniecznie.** Prześledźmy, jak producent może wykorzystać możliwości drukarni fleksograficznej do stworzenia przekonującej konsumenta etykiety produktowej.

Motyw zwierzęcia na etykiecie samoprzylepnej

Rozważania tego typu należy podjąć, jeśli produkujemy towar lub sprzęt dla zwierząt oraz wtedy, gdy z założenia identyfikacja naszej marki zakłada motyw animalistyczny w logotypie. Może to wynikać z nazwy naszej firmy lub konkretnego produktu, ale również z segmentu w którym nasze przedsiębiorstwo się porusza. Obok opakowania, jak wiemy, etykieta samoprzylepna jest kluczowym znakiem rozpoznawczym firmy, powinna być więc zadrukowana wizerunkiem czy grafiką zwierzęcia. Wedle projektu firmy, drukarnia fleksograficzna może wykonać naklejkę z grafiką czarno-białą lub kolorową, zwierzak może być przedstawiony jako piktogram, symbol, kreskówka lub zupełnie realistyczne stworzenie. W poligrafii i marketingu funkcjonuje termin „animal branding” i jest to gałąź szeroko rozbudowana, jako że odwołuje się do aspektów psychologicznych procesu sprzedaży i przywiązania Klienta do marki. Wszak można bardziej lubić koty lub psy, ale nikt nie przyzna się że nie lubi zwierząt! Nawet jeśli na etykiecie samoprzylepnej z motywem zwierzęcym pojawia się rozzłoszczony wilk, oddziałuje on na klienta na poziomie atawistycznym. Jeśli nie kupi danego produktu, to drogą marketingu szeptanego, może opowie o nim swoim znajomym.

Przykłady marek z motywem zwierzęcia na etykiecie samoprzylepnej

Podobizna zwierzęcia może znaleźć się na etykiecie produktowej w funkcji informacyjnej – np. gdy porcja mięsa określa grafiką procent wieprzowiny i wołowiny w produkcie. Może to być wizerunek szczęśliwej kury na opakowaniu jaj, czy etykiety serów rozróżniające owce, krowy czy kozy. Jednak głównie zwierzęta wykorzystywane są do zbudowania identyfikacji marki własnej. Oto przykłady tych najsłynniejszych:

- **krokodyl**: marka odzieżowa Lacoste
- **byk**: napój energetyczny Red Bull; Lamborghini
- **żubr**: polskie piwo Żubr
- **lew**: baton Lion; sieć kasyn MGM Grand
- **królik**: magazyn Playboy
- **puma**: firma odzieżowa Puma
- **jaguar**: automotive Jaguar
- **koń**: marka odzieżowa Ralph Lauren Polo; Ferrari
- **panda**: organizacja międzynarodowa WWF
- **lis**: przeglądarka internetowa Firefox
- **wielbłąd**: papierosy Camel
- **ptak**: mikroblog internetowy Twitter