

Förpackningens A till Ö





En bra förpackningslösning till din produkt är en av nycklarna bakom en stark försäljning, effektivlogistik och god lönsamhet. Förpackningen ska fungera som budbärare åt ditt varumärke, skydda produkten och tillverkas med minsta möjliga påverkan på miljön. För att utveckla rätt förpackning, behövs ett antal specialister i samverkan. Arbetet kräver noggrannhet och ett metodiskt tillvägagångssätt – från a till ö.

VARJE DEL ÄR VIKTIG

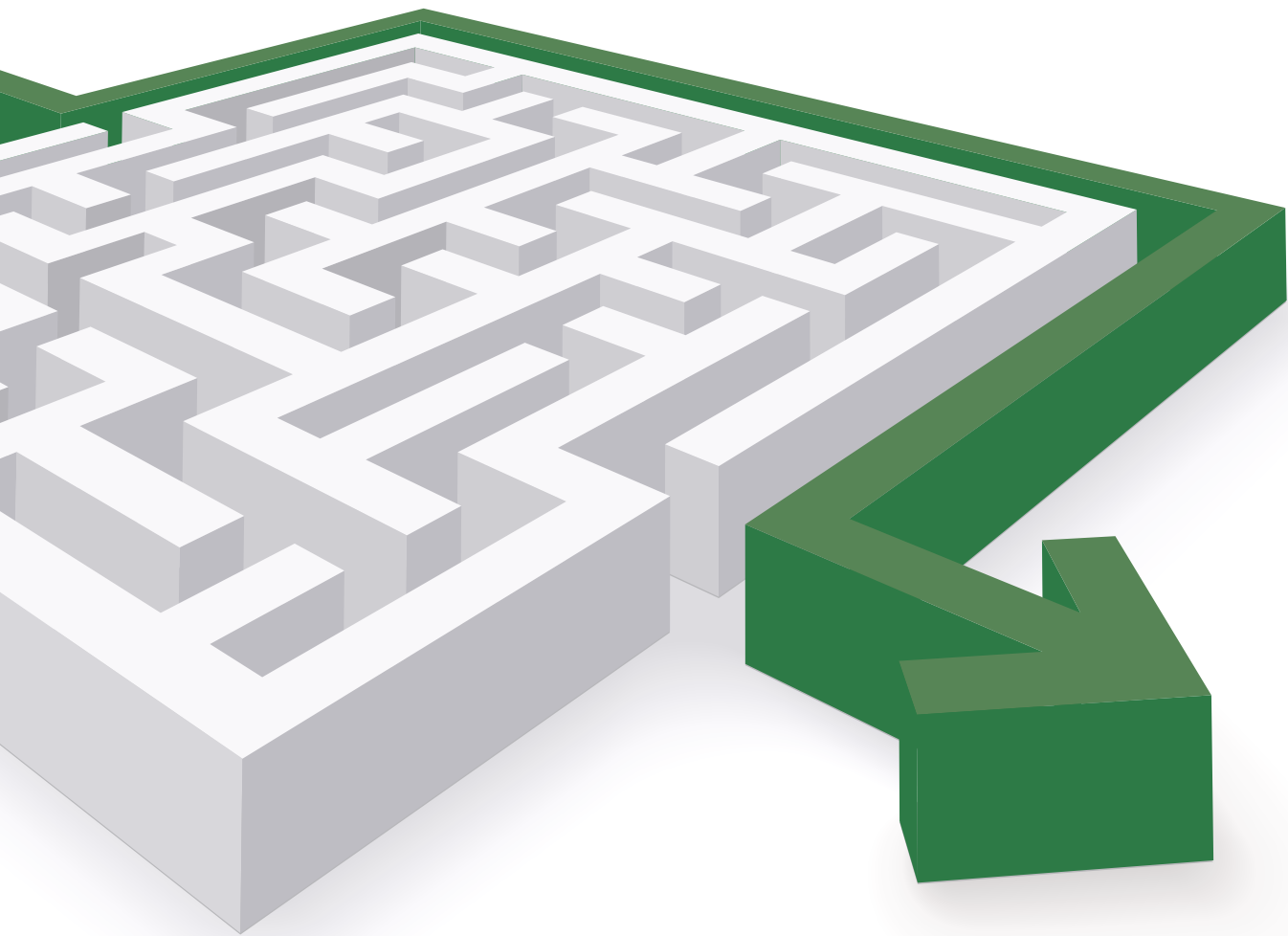
Det är inte ovanligt att förpackningen designas av en kreatör, som inte tänker på funktionen, tillverkningen och transportvillkoren. Eller så är förpackningen konstruerad av tekniker som missar dess kommunikationskraft och estetik. Kanske profileras inte varumärket på rätt sätt och kunden har svårt att känna igen sig. Varje detalj är viktig för att skapa en helhet.

VI HJÄLPER DIG HELA VÄGEN

Vi har den nödvändiga kompetens och rätt verktyg som behövs för att utveckla ditt förpackningskoncept. Från idé till genomförande sätter vi ihop de byggstenar som krävs för en framgångsrik lansering. Givetvis står vi även till din tjänst om du bara behöver hjälp inom ett begränsat område.

Med oss som partner klarar förpackningen sin uppgift – och du kan öka din lönsamhet.

STRATEGI



[GRUNDARBETE]



GRUNDARBETE

Det är viktigt att veta vad man gör och varför. En genomarbetad plattform för ditt förpackningsprojekt gör att du undviker misstag och slipper börja om. Ett omsorgsfullt grundarbete utmynnar i en väl genomtänkt strategi.

PRODUKT

Vad ska du paketera? En skruv, en färdiglagad måltid eller kofångaren till en bil? Produktens fysiska egenskaper ger olika förutsättningar som i sin tur ställer olika krav på förpackningen. Strategin tar avstamp i ditt erbjudande och din produkt. Den ska attrahera konsumenterna och stå sig väl i konkurrensen. Att integrera förpackningen med produkten skapar kostnadseffektivitet och framhäver ditt varumärke.

MARKNADSUNDERSÖKNING

Potentialen analyseras med en grundlig marknadsundersökning. I denna ingår kartläggning av målgruppens inköpsvanor, konkurrerande produkter och varumärken, samt de främsta anledningarna för dina kunder att lockas av just ditt erbjudande. Om det finns något som du kan förbättra kommer detta fram. Ovärderliga insikter som för det strategiska arbetet framåt. För bästa möjliga genomslag kan ett urval av kunder testa och bedöma produkten och förpackningen före lanseringen.



FÖRSÄLJNINGSKANALER

Försäljningskanalerna har en stor betydelse för hur din förpackning bör konstrueras. Beroende på om du säljer direkt mot detaljhandeln, via grossister eller till konsument via e-handel och postorder, ställs olika krav på förpackningens utseende och funktion. Ska förpackningen bidra till ökad försäljning på en butikshylla är förpackningsdesignen en mycket viktig faktor. Dina försäljningskanaler avgör också hur mycket du ekonomiskt bör satsa på förpackningens form och utseende.

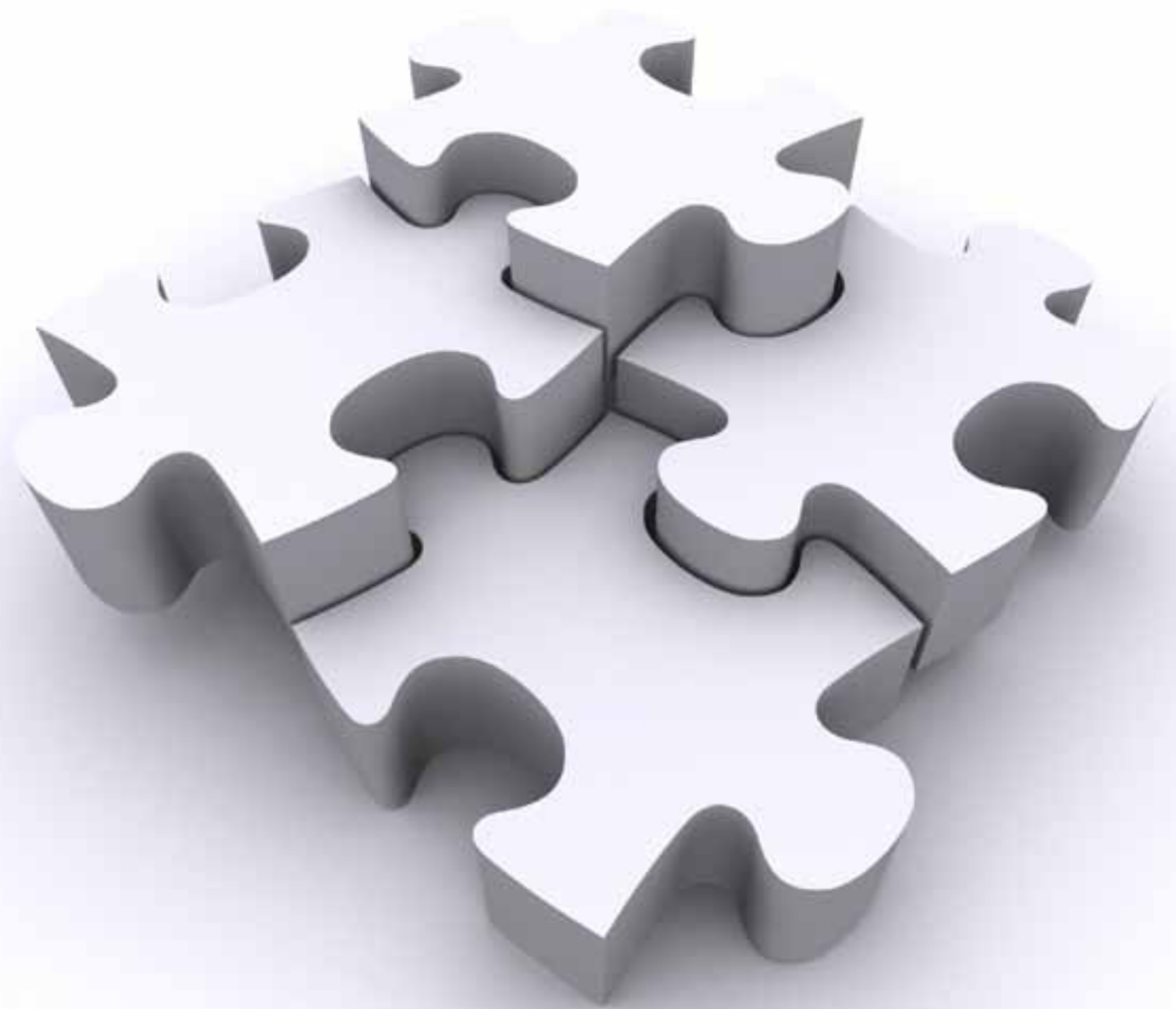
DISTRIBUTION

Om produkten distribueras via grossister finns en mellanhand att ta hänsyn till. Kanske ska varorna ompaketeras innan de når butiken, vilket kan kräva inner- eller ytterförpackning. Om transporten sker via lastbil, tåg eller båt måste hantering och stapling ske effektivt, vilket ställer höga krav på förpackningens konstruktion och styrka. Att minimera bräckage under transport är avgörande för din sammanlagda lönsamhet. Samtidigt bör överpaketering undvikas.

MÅL

Hur mycket ska du sälja och till vilka marknadssegment? Tydliga och realistiska mål är nödvändiga styrhjälpmedel. Om tanken är att du ska sälja volym kanske priset per förpackningsenhet ska vara lägre. Om produkten ska väcka uppmärksamhet och förstärka ditt varumärke, är det klokt att satsa mer resurser på unik design. Målen avgör vidare utveckling av konceptet och det praktiska genomförandet.

KONSEPT



[PAKETERING]

PAKETERING

När strategin ligger fast, påbörjas det praktiska arbetet med att utveckla konceptet. En riktad kommunikation gentemot din målgrupp och marknad, stärker medvetenheten och ger goda argument för din produkt.

VARUMÄRKESPLATTFORM

Ditt företags kärnvärden, vad det står för, och dess visioner uttrycks genom all din kommunikation. Förpackningen utgör en mycket viktig del av din varumärkesplattform, där din grafiska profil framhävs och förstärks. Dina kunder ska känna igen ditt erbjudande i varje produkt och varje förpackning.

MILJÖ

Förpackningar uppfattas dessvärre ofta som miljöförstörande, även om förpackningens uppgift är att skydda varor från att gå till spillo, vilket är ännu dyrare för miljön. Vi utgår från att förpackningens miljöpåverkan ska vara låg, vilket stärker din miljöprofil och därmed också ditt varumärke.

MATERIAL

Med utgångspunkt i produkten bedöms vilket förpackningsmaterial som är bäst. Och det finns otaliga material att välja mellan. Miljöplastbination av förpackningsmaterial, som resulterar i så kallade flexibla förpackningar. Det material du väljer påverkar nästa steg i förpackningskedjan – formgivningen och konstruktionen.

FORMGIVNING OCH KONSTRUKTION

Förpackningens design och konstruktion är mycket viktiga faktorer för hur din produkt tas emot på marknaden. Och du måste se till helheten. När kreativa förpackningsdesigners arbetar nära tekniska konstruktörer underlättas arbetet – och du kan få en förpackning som på bästa sätt framhäver och skyddar din produkt. Du bör också ta hänsyn till befintliga förpackningar så att du bevarar den enhetliga linje som finns i din varumärkesplattform.

FUNKTION

Förpackningen ska skapa största möjliga kundnytta. Och en låg funktionalitet kan skapa irritation hos konsumenten. Det finns till och med ett begrepp för negativa känslor – förpackningsilka. Ju smidigare öppning, förslutning och möjligheter till återanvändning, desto nöjdare kunder.

SÄLJSTÖD

En god etablering i butiken ökar försäljningen. Displayställ, informationsfoldrar, broschyrer eller andra säljstödsmaterial marknadsför ditt erbjudande på allra bästa sätt gentemot konsument. Via din egen hemsida eller kampanjsajter når du ännu fler. Nu finns ett koncept där produkt, förpackning och marknadsföring hänger samman.

AKTIVITETS- PLANER

GENOMFÖRANDE

Nu ska förpackningen och kampanjmaterial tillverkas och marknadsbearbetningen starta. Genomförandet sätter teorin i praktik och utmynnar i aktivitetsplaner som syftar till att så effektivt som möjligt etablera din produkt på marknaden. Vi finns med hela vägen - från idé till handling.

ORGANISATION

För att få ut produkten på marknaden behövs organisering. Om ditt företag har en säljkår, ska denna aktiveras och kontakter tas med inköpsansvariga vid de tilltänkta försäljnings-kanalerna. Kanske behöver din befintliga organisation förstärkas under en begränsad period. Ofta föregås lanseringar av livsmedel med produktpresentationer där konsumenten får provsmaka produkten i butiken.

[GENOMFÖRANDE]

TILLVERKNING

Tillverkningen måste ske snabbt, effektivt och säkert. Den tekniska kompetensen ska vara god med rätt certifieringar för ändamålet. Du ska också kunna känna leveranssäkerhet och att din leverantör lever upp till sina löften och har lämpliga verktyg för din förpackning. Om du vill ha en skräddarsydd förpackning av plast eller kartong ska ett verktyg tillverkas. Ofta utvecklas då först specialdesignade prototyper som realiserar din lösning innan produktion.

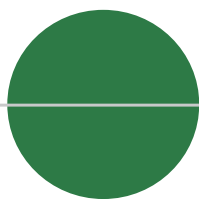
UTRUSTNING

I vissa fall, kan du behöva investera i särskild utrustning. Detta gäller främst inom livsmedelsindustrin om din förpackning ska förslutas på ett säkert sätt och förlänga hållbarheten på din produkt.

LOGISTIK

Ju effektivare du är, och ju bättre service du har gentemot dina kunder, desto högre lönsamhet. Detta faktum gäller för oavsett vilken produkt du lanserar. Du ska också kunna leverera snabbt och ändå ha en låg lagerhållning. Om din nya produkt är livsmedel, krävs snabba ledtider för att garantera produktens hållbarhet. Det krävs såväl organisation som kunskap för effektiva flöden.

LYCKA TILL MED FÖRPACKNINGENS ALFABET!



DINA BEHOV?

GRUNDARBETE

- Produkt
- Marknadsundersökning
- Försäljningskanaler
- Distribution
- Mål

STRATEGI

PAKETERING

- Varumärkesplattform
- Miljö
- Material
- Formgivning & Konstruktion
- Funktion
- Säljstöd

KONCEPT

GENOMFÖRANDE

- Organisation
- Tillverkning
- Utrustning
- Logistik

AKTIVITETSPLANER

Intresserad?

Skanna QR-koden och fyll i formuläret

