

ГБПОУ “Магнитогорский Педагогический колледж”

Виды упаковки

Выполнила: Савушкина Ксения,
студентка 131 группы.

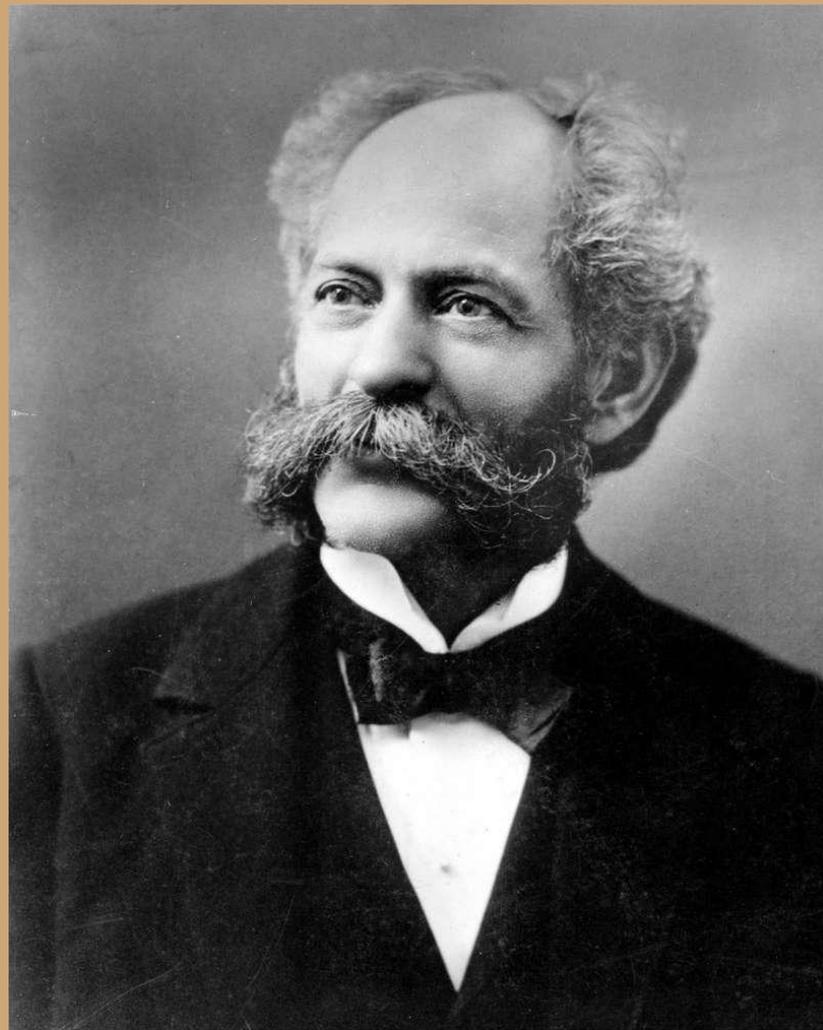
Магнитогорск, 2018

Heinz



Генри Джон Хайнц

Основатель
“Heinz & Noble”
и «Heinz Food Company»



1869

Первым продуктом компании был «превосходный и чистейший» тертый хрен по рецепту матери Генри, производимый в бутылках из прозрачного стекла.

В те времена такая упаковка была поистине революционной, т.к. конкуренты продавали тертый хрен в бутылках из темного стекла (оно скрывало дешевые добавки к хрену, обычно репу). В отличие от конкурентов, основатель компании Хайнц с гордостью демонстрировал свой продукт, чтобы потребитель мог видеть – продукция компании не содержит никаких посторонних примесей.



1876

Рецепт легендарного томатного кетчупа был изобретен Генри Хайнцем в 1876 году.

Поставив во главу угла натуральность, Хайнц акцентировал внимание на выгодной подаче кетчупа. Так, осознав, что покупатель опасается платить за незнакомый товар, Генри Хайнц решил разливать продукт в стеклянную тару, ранее использовавшуюся только для упаковки фирменного тертого хрена. Насыщенно-красный кетчуп выгодно смотрелся на полке любого магазина, затмевая продукцию конкурентов, «спрятанную» в жестяные банки или под темное стекло.



1886

К концу 19 века феноменальный успех компании Heinz в Америке позволил начать экспансию в другие страны. В 1886 году Хайнц отправился на пароходе в Великобританию. Он знал, что шанс завоевать консервативных потребителей Старого Света – крайне мал: в те годы американские товары не пользовались в Европе ни малейшим спросом. Поэтому Хайнц решил играть по-крупному и сделал ставку на влиятельный Лондонский магазин «Fortnum&Mason».



1890

Запатентованную ранее стеклянную трапециевидную тару сменила восьмигранная бутылка с обнимающей горлышко этикеткой. Завинчивающаяся крышка производит очередной фурор среди потребителей, а этикетка в форме краеугольного камня выражает признательность Хайнца родному штату Пенсильвания, прозванному «Key stone».



1892

Впечатлившись рекламой обувного магазина, предлагающей своим покупателям "21 фасон обуви", Генри Хайнц решил сделать то же самое.

"Я насчитал гораздо больше чем 57, но число "57" продолжало вертеться в моем уме, - вспоминал потом сам Хайнц. - Семерка обладала таким психологическим обаянием, что числа "58" или "59" уже совершенно меня не привлекали".

Так появился знаменитый лозунг компании Heinz "57 Varieties" (57 разновидностей), который до сих пор присутствует на этикетке классического кетчупа Heinz.



1893

Для привлечения внимания к своему стенду на Чикагской Всемирной выставке Генри Хайнц пообещал сувенир каждому посетителю - значок в виде маринованного огурчика. Идея себя полностью оправдала, и стенд Heinz стал самым посещаемым на выставке.



1948

В 1948 году был разработан знакомый всем дизайн этикетки томатного кетчупа Heinz, который остается неизменным и по сей день.



1968

В 1968 году компания в очередной раз проявляет заботу о покупателях, расфасовывая «национальную американскую приправу» в порционные пакетики из фольги, которые можно взять с собой, куда угодно, и носящие название «Ketchup on the go!».



2000

В 2000 году в продаже появились зеленый, а затем - оранжевый, синий и желтый соусы в EZ Squirt бутылках, особенно любимившихся детям.



2002

В 2002-м привычную пластиковую бутылку «перевернули» с ног на голову, то есть, на крышку и, тем самым, облегчив процесс употребления приправы.



2010

В 2010-м, стремясь учесть предпочтения большинства потребителей, приправу производят в «походной» упаковке «Dip&Squeeze»: она удовлетворяет как желание макать еду в соус, так и поливать им блюда.



Источники

- Официальный сайт Heinz в России
<http://www.heinzketchup.ru/about/ourhistory>
- Состав.ру: История бренда: 145 лет Heinz
<http://www.sostav.ru/publication/heinz-145-9087.html>

Спасибо за внимание!

