

РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ



Введение в специальность
Реклама
Преподаватель Шерышова Л.С.

РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Как и товарный знак, и рекламные агентства, упаковка изобретена не в США.
- Американский специалист по данной проблеме Томас Хайн пишет: «Началом современной упаковки можно считать те имеющие название, тару и этикетку изделия, которые появились в Лондоне, примерно в конце XVII в. В упаковках содержались лекарства - эликсиры, бальзамы и мази, предназначенные для лечения одной, а то и целого ряда болезней сразу».



РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Косметика и лекарства - первые виды товаров, продажа которых стала невозможна без расфасовки их по бутылочкам, баночкам, коробочкам, мешочкам или пакетам.
- Возможности этих «оболочек» товара, которые запечатлены на обертке или этикетке, создают рекламный эффект.
- **«Упаковка - это символ,- пишет Хайи,- и не только ее содержимого, но и образа жизни потребителя».**
- И далее: **«Демонстрация - ее самая очевидная функция».**

РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ



РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Триумфальное «шествие» ослепительно разнообразных упаковок по американским городам и весям начинается в последней трети XIX в. и продолжается поныне.
- Первый ее взлет порожден идеей РАСФАСОВКИ не только косметических и медицинских, но и многих других товаров. В большинстве лавочек середины прошлого века мука и сахар-песок отвешивались покупателям в случайную тару из огромных мешков, а мыло развозили по фермам в полужидком виде огромными емкостями.
- В Америке расфасовка вытеснила иные виды розницы уже к началу XX в.

РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- В 1879 г. Роберт Гейр в Бруклине сумел наладить массовое производство картонных коробок.
- Спустя семь лет после изобретения Гейра компания Quaker oats, упаковав свой продукт в складную коробку, обнаружила, что продажа в масштабах всей страны продукта в небольших, аккуратных, своеобразных упаковках очень сильно увеличивает спрос на него. Через десять лет уже все товары фабричного производства продавались в таких коробках»\.

РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

Все стороны упаковочных коробок постепенно заполняются текстами, цветными изображениями, логотипами и оттисками фирменной символики. Более того, упаковочная форма, ее дизайн становятся плацдармом, на котором разворачиваются драматические коллизии конкурирующих фирм, где каждая озабочена тем, чтобы ее товары выглядели своеобразно, не сливались в восприятии потребителей с инородной продукцией.



РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- ◉ *Кампания Quaker oats, торгующая овсянкой. Главной эмблемой фирмы явилась фигура дородного квакера, который выставлял напоказ слова: «без примеси». Надпись на упаковке была скромной, но убедительной: «Мы особенно хотим обратить ваше внимание на чистоту, скорость приготовления и тот факт, что вкус и аромат в результате не страдают»*



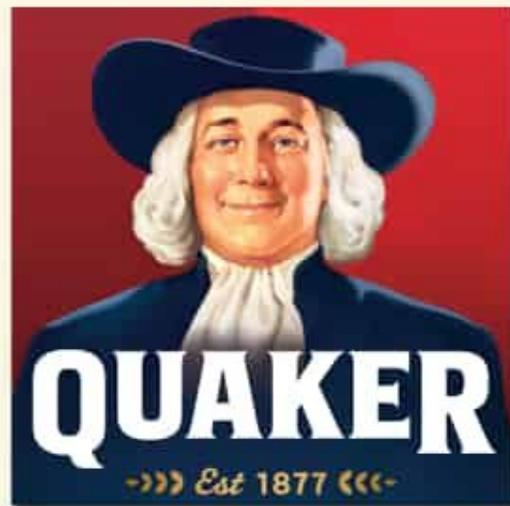
РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Владелец фирмы Генри Кроуэлл прилагал результативные усилия, чтобы расширить популярность своей эмблемы. Он предлагал призы тем, кто вырежет изображение квакера с упаковки и пришлет его по почте в офис предприятия.
«Квакеров рисовали на заборах, на стенах зданий, на вагонах трамваев, на рекламных щитах. В течение нескольких лет Quaker oats рекламировалась, как никогда и ни один продукт».
- Представители фирмы Quaker oats продвигали в жизнь всевозможные акции, связанные с распространением своего товара. Были заказаны небольшие коробочки - образцы с овсянкой, перевозившиеся на поезде от станции к станции. На остановках, где имелись школы, ученики за небольшую плату разносили эти коробочки каждому домохозяйину бесплатно. Так была организована «тотальная» дегустация нового продукта.

HAS THIS QUAKER EVOLVED OR SOLD OUT?



1877



2012



1946



1957



2007



РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- В крупных городах для подобной работы нанимали студентов экономических колледжей, которые устраивали «походные кухни», изготовлявшие овсяную кашу, и давали ее попробовать всем, кто шел мимо и не возражал против этого. В 1891 г. глава фирмы оборудовал рейсовые вагончики. Обслуживавшие их клерки в фирменных костюмах, выходя на станциях, устраивали шоу в стиле Ф. Барнума и приглашали всех окружающих к бесплатной дегустации.
- «Найди капитана», также использующей возможности упаковки. «Капитан Кранч» - овсяные хлопья для детей - был изображен на коробках и ореоле морской романтики. Но вот он исчез с упаковки, а потребителям во вкладышах сообщили, что капитана можно «отыскать», если купить три пачки хлопьев и прочесть там подсказки на этот счет. Приз составлял 100 долларов по жребию для приславших правильные ответы. Любопытство детей и взрослых превзошло ожидания организаторов этой игры. Увеличение сбыта овсяных хлопьев за полгода достигло 50% .

РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Особую главу в истории рекламной упаковки заняла фирменная бутылка Coca-Cola, Напиток изобрел фармацевт, Джон Пембсртон из Атланты. В 1886 г. изобретение продавалось в качестве тонизирующего препарата по 5 центов за стакан в аптеке.
- Популярность напитка возросла после распространения преемником Д. Пембертона А. Гандлером тысячи купонов с предложением бесплатного стакана Coca-Cola.
- Разлив напитка в бутылки начался в 1899 г., и тотчас родилась забота предпринимателя о защите своего детища от подделок. В значительной степени это удалось благодаря оригинальной таре, ныне известной во всем мире. В 1916 г. бутылка специфической формы была зарегистрирована как товарный знак Патентным бюро США.
- https://www.designf.ru/inform/view/dizayn_ukovki_cocacola – посмотрите материал по ссылке, познавательно!



РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Среди европейских стран в XIX в. лидерство по изобретательности и изяществу упаковок занимала Франция. В отличие от североамериканской установки на массовость, конвейерность производства здесь ориентировались на изысканность и уникальность не только в товарах, но и в их внешнем «облачении».
- Например, профессиональных художников привлекали для украшения пакетов и коробок, в которых отправляли заказчикам наряды из домов высокой моды.



Примеры современной фирменной упаковки для одежды

РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Но вернемся в США. Среди рекламных новаций последней трети XIX в. существовала организация почтовой рекламной службы - direct mail. Этому способствовала отмена федеральным правительством после Гражданской войны оплаты за почтовые пересылки в провинцию.
- Уже в 1872 г. Монтгомери Уорд создает первый каталог товаров, которые можно заказать по почте. В нем было несколько сотен сообщений о предметах продажи и их цене.

РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Подкрепленный широкой сетью коммивояжеров этот прием обнаружил высокую коммерческую результативность.
- Почтовый каталог усовершенствовался за счет расширения его изобразительной части. При переизданиях черно-белые иллюстрации начали заменять многоцветными.
- Постепенно выяснилось, что несколько рекламных страниц, снабженных цветными репродукциями, дают больший эффект, чем объемные выпуски реклам черной-белой печати.
- Здесь заявила о себе идея нового рекламного жанра - цветного БУКЛЕТА.**



РЕКЛАМНАЯ РОЛЬ УПАКОВКИ

- Практическое задание:
- Разработать упаковку мыла. Задание делать в виде развертки, и в цвете. Название мыла придумайте сами.
- Формат А4, материал выполнения - любой.
- Если есть желание, то к этому заданию можете добавить упаковку любого косметического средства (крем, шампунь, дезодорант, моющие средства и т.д., кроме декоративной косметики и парфюма).



Пример
развертки

○ СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!