



Como inovar na

# embalagem

do produto?

Os chamados mix de marketing, ou os 4 P's, são quatro elementos que devem estar em equilíbrio para que uma marca conquiste seu espaço: produto, preço, praça e promoção. Em relação ao produto, existem vários elementos, desde a funcionalidade até a embalagem.



## PRODUTO

Engloba não apenas o produto ou serviço, mas o que o consumidor espera do que a sua empresa tem a oferecer.



## PRAÇA

É diretamente responsável pelo retorno financeiro que proporciona à empresa. Ao mesmo tempo, está ligado ao que sua empresa representa ao consumidor, na medida em que cobra mais ou menos pelo produto ou serviço.



## PREÇO

É o canal de distribuição da empresa, isto é, por onde o consumidor tem acesso aos produtos dela.



## PROMOÇÃO

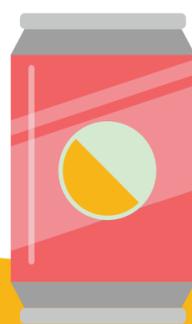
Diz respeito às estratégias que a empresa recorre para tornar-se conhecida pelo público.

Pensando nisso, veja algumas estratégias para inovar na embalagem do seu produto e chamar a atenção dos consumidores.

## Versões especiais

Se você já tem um produto bem consolidado e aceito, mudar a embalagem pode causar um impacto negativo. Nesse caso, uma boa solução é criar versões especiais para datas comemorativas, especialmente se essas datas tiverem alguma conexão com a marca.

Essa versão pode ter um formato diferente, seguir uma cartela de cores especial, mas tendo alguns elementos que mantenham a identidade visual.



## Ecologicamente correto

A sustentabilidade é um assunto que tem interferido diretamente no comportamento do consumidor. Por isso, a marca pode investir em embalagens fabricadas com materiais ecologicamente corretos, ou que o consumidor possa utilizar depois de utilizar o produto.



## Psicologia das cores

É comprovado que cores são capazes de despertar sensações. O vermelho está associado à fome e ao senso de urgência; o verde se relaciona à saúde e ao equilíbrio; azul transmite credibilidade; e assim por diante.

Estudar o fenômeno das cores é essencial para criar embalagens inovadoras, que sejam capazes de se comunicar com o consumidor, despertando nele alguma sensação. Se essa sensação estiver ligada a uma necessidade que o produto é capaz de satisfazer, o resultado será ainda melhor.

