

*Jak nie dać się nabrać na sztuczki marketingowców
i dokonać dobrych wyborów na zakupach?*

Uwaga na opakowanie!

... czyli jak nie dać
się nabić w butelkę,
karton, puszkę, itp.

Opakowanie, poza praktyczną rolą ochrony produktu i umożliwienia jego transportu, spełnia też zadania promocyjne – tak samo, jak reklama w radiu, czy telewizji. Musimy pamiętać, że opakowanie ma „sprzedać” nam produkt, zwrócić naszą uwagę, wywołać pewne skojarzenia, dlatego powinniśmy uważać na sztuczki marketingowców i nie zawsze wierzyć pierwszemu wrażeniu.

Jak działają na nas opakowania?

Kształt i rozmiar – producenci często stosują opakowania o dużym rozmiarze, w których produktu jest niewiele, a resztę stanowi powietrze lub tanie wypełniacze; oryginalny kształt opakowania ma przyciągnąć naszą uwagę, ale nie zawsze będzie wygodny w użyciu.

Kolor – kolory w marketingu mają wywołać odpowiednie skojarzenia, jednak skojarzenia te nie zawsze są zgodne z rzeczywistością – nie każde zielone opakowanie zawiera produkt ekologiczny, nie zawsze czarno-złote pudełko oznacza towar luksusowy.

Szata graficzna – podobnie jak w przypadku kolorów, projektanci opakowań używają obrazów i symboli, aby stworzyć pewien wizerunek produktu: motywy roślinne mają sugerować naturalność i ekologiczność, piórko może symbolizować lekkość, itp., jednak czasami te skojarzenia mogą być mylące.

Hasła i znaki – na wielu opakowaniach spotkasz hasła takie jak „eko”, „light”, „fit”, „premium” lub znaki o podobnym znaczeniu, jednak użycie takich elementów nie jest w pełni uregulowane prawnie i zdarza się, że produkt nie spełnia obietnic z opakowania: produkt „fit” może mieć więcej kalorii niż zwykły, a produkt „eko” może zawierać szkodliwe składniki.



Na co zwrócić uwagę?

Odszukaj oznaczenie masy lub objętości produktu – producent ma obowiązek określenia ilości produktu, nie sugeruj się zatem wielkością opakowania, ale zawsze sprawdź, które z opakowań zawiera najwięcej (masowo lub objętościowo).

Nie wierz w slogany, hasła i podejrzane oznaczenia – producent ma bardzo dużą dowolność w opisanu swojego produktu, dlatego ostrożnie podchodź do haseł mówiących o cechach towaru i zwracaj uwagę jedynie na certyfikowane oznaczenia (ekoznaki, oznaczenia przyznawane przez uznane organizacje).

Czytaj skład – najważniejszym dla konsumenta elementem opakowania jest skład, to tam możesz dokładnie sprawdzić, czy produkt zawiera szkodliwe składniki lub takie, których z powodów zdrowotnych musisz unikać, poprzez skład możesz też zweryfikować obietnice o jakości czy wpływie na zdrowie.

W czytaniu składu mogą pomóc aplikacje w telefonie, np. Czytamy Etykiety, Zdrowe Zakupy, Veggies, INCI Beauty, itp.

Nie kupuj produktu, bo ma ładne opakowanie – oczywiście miło kupuje się rzeczy estetyczne i przyjemne dla oka, jednak w wielu przypadkach lepiej decydować racjonalnie, ze względu na zdrowie i bezpieczeństwo.

Opakowania a środowisko

Idealnie byłoby wybierać jedynie opakowania biodegradowalne, czy wielokrotnego użytku. Warto szukać tak opakowanych produktów, jednak nie zawsze to możliwe – wtedy najlepszym wyjściem jest po prostu sortowanie odpadów i wrzucenie ich do odpowiedniego pojemnika na śmieci 😊



**Projekt jest realizowany
w Zakładzie Marketingu
Wydziału Organizacji i Zarządzania
Politechniki Łódzkiej**

Al. Politechniki 8

93-590 Łódź

Tel.: (+48 42) 631 36 81

<https://marketingodkuchni.pl>

www.facebook.com/marketingodkuchniPL