

10 Razões para Inovar na Embalagem

ARTIGO POR FABIO MESTRINER

Segundo a milenar sabedoria chinesa, existe uma lei, enunciada como a lei dos fenômenos naturais que rege o movimento, ou a forma como a natureza faz as coisas se moverem e a evolução acontecer.

Esta lei prescreve que:

“O movimento acontece pela linha de menor resistência”.*

A embalagem é um componente obrigatório do custo de 80% dos produtos existentes que não podem ser comercializado sem ela. Portanto, a inovação na embalagem pode, em muitos casos, ser obtida a custos reduzidos quando a mudança que promove mantém as características da sua versão anterior. Podemos citar como exemplo as mudanças inovadoras no design relacionadas a forma, imagem, cores cujos casos estão descritos na parte 3 deste manual.

O método de inovação de embalagem que descrevemos a seguir se baseia no princípio enunciado na lei do movimento pela linha de menor resistência e apresenta como sustentação de sua propostas as seguintes razões:

1- Hiper-competição e similaridade tecnológica.

Os produtos estão cada vez mais semelhantes e o número de concorrentes numa mesma categoria está aumentando...(um hipermercado oferece mais de 100 mil itens).

Isto faz com que a escolha do consumidor fique cada vez mais complicada e incerta.

A embalagem é uma poderosa ferramenta de marketing e competitividade e a inovação a faz diferenciar produtos semelhantes.

2- É muito difícil e caro inovar no produto.

Pesquisa & Desenvolvimento é uma área que exige investimento, pessoal especializado, pesquisas, moldes, protótipos, lotes piloto e tempo...

Inovar na embalagem pode ser mais rápido e muito mais barato e algumas vezes se obtém maior impacto com inovação na embalagem. Além disso, produtos inovadores exigem embalagens idem.

3- O consumidor não separa a embalagem de seu conteúdo.

O consumidor não separa o produto de sua embalagem. Para ele, os dois constituem uma única entidade indivisível. Muitas categorias apresentam embalagens idênticas ou bastante parecidas que acabam se misturando nas gôndolas.

Se a embalagem é igual, o produto não é diferente... e o preço também não deve ser.

4- A inovação é a melhor forma de comunicar diferencial.

Existem diversas formas de comunicar o diferencial de um produto. A inovação é a melhor delas. Inovar na embalagem faz com que já na primeira impressão, mesmo antes de adquirir ou usar o produto, o consumidor perceba que ele tem algo diferente.

5- Produto sem diferencial se perde na paisagem da gôndola.

As pessoas tem cada vez menos tempo para fazer compras prolongadas, Boa parte dos produtos existentes nas gôndolas nem sequer são vistos pelos consumidores. Se o produto não tiver algum destaque, a chance dele se perder na paisagem aumenta. A inovações na embalagem fazem com que o produto não passe despercebido.

6- A inovação na embalagem pode compensar em parte a falta de investimento em marketing.

Um dos principais objetivos do investimento em marketing é chamar a atenção dos consumidores para o produto e fazer com que eles o encontrem no ponto de venda. Mas na maioria das vezes não há recurso suficiente para cumprir este objetivo. A embalagem inovadora cumpre esta função de forma bastante eficiente.

7- Se não tem outro assunto, o assunto é o preço.

Os produtos estão cada vez mais semelhantes, é difícil e caro inovar no produto.

Se não conseguir criar um novo assunto, ou seja, algo diferente na gôndola, o produto competirá pelo preço, se expondo a concorrência de predadores que tem como única alternativa praticar preços cada vez mais baixos que destroem as margens e fazem a categoria toda perder valor.

8- A inovação é percebida pelo consumidor como valor.

Já está comprovado em pesquisas que a inovação é percebida pelo consumidor como valor.

Produtos e embalagens inovadoras "*valem mais*" aos olhos dos consumidores e acabam gerando receitas bem maiores para seus fabricantes em relação aos produtos convencionais sem inovação.

9- A inovação na embalagem pode ser feita pelos funcionários, parceiros e fornecedores da empresa com os recursos que ela dispõe.

A inovação na embalagem pode ser obtida com os recursos que a empresa tem dentro de casa. Funcionários, parceiros e fornecedores podem contribuir na busca de soluções. Muitas embalagens inovadoras foram propostas pela indústria que as fornece e elas podem ser acionadas para apresentar novas proposições.

10- Inovar na embalagem é uma forma eficaz de obter vantagem competitiva no ponto de venda.

Não importa o tamanho da empresa, se utiliza embalagens e atua no segmento de consumo, ela pode implementar inovações que beneficiarão seus produtos e sua marca.

Todo produto concorre numa categoria, a vantagem competitiva no ponto de venda pode ser obtida mais facilmente por embalagens inovadoras como já foi amplamente demonstrado numa série de casos de sucesso.

Produtos líderes podem manter sua liderança, grandes empresas que não são líderes podem buscar a liderança e mesmo sem ter grandes recursos para investir em marketing, pequenas empresas podem inovar na embalagem e fazer diferença aos olhos dos consumidores.

** A lei dos fenômenos naturais é mencionada no exagrama YU / Entusiasmo do I Ching, "o Livro das Mutações", o milenar tratado que reúne um tesouro da sabedoria ancestral chinesa.*