Artigo por Fabio Mestriner

Como o Design de Embalagem ajuda

a Pequena Empresa

A pequena empresa é a que mais pode se beneficiar de um bom design de embalagem

Interface gráfica do usuário, Site, Calendário

Descrição gerada automaticamente

Creio que todos são capazes de perceber como uma boa embalagem torna o produto mais atraente e desejável, afinal, quem nunca comprou um produto só por causa da embalagem?

Existem pesquisas que confirmam o que vou expor aqui neste artigo, começando pela que fizemos no Núcleo de Estudos da Embalagem ESPM em parceria com a APAS entrevistando os gestores do varejo, profissionais de autosserviço que estão ali, onde o consumidor tem contato direto com a apresentação visual dos itens que decide escolher e comprar. A frase que afirmaram nessa pesquisa trago comigo até hoje: “Embalagem é TUDO!!!”, afirmaram eles como uma síntese da importância que atribuem a ela para seu negócio.

Outra pesquisa, esta realizada pela ABRE com os consumidores, revelou que *“eles não separam a embalagem de seu conteúdo pois para eles, os dois constituem uma única entidade indivisível, um item de avaliação e referência cada vez mais relevante no processo de escolha dos produtos”*.

Portanto, Varejistas e consumidores atribuem importância relevante para o papel que a embalagem desempenha no processo de escolha dos produtos.

Nos estudos que fizemos na ESPM, recolhendo informações de diversas fontes, avaliamos que cerca de 90% dos produtos encontrados num supermercado, por exemplo, não tem apoio de propaganda ou marketing, dependendo única e exclusivamente da embalagem para competir com seus concorrentes no ponto de venda.

Estas considerações iniciais, especialmente essa última, indicam claramente a oportunidade que existe para as pequenas empresas que decidirem utilizar o design de embalagem para tornar seus produtos mais bonitos, atraentes e desejáveis, pois através do bom design de embalagem a pequena empresa pode reduzir a distância na competição com as empresas maiores que dispõe de mais e maiores recursos para apoiar seus produtos.

Como a maioria dos produtos, inclusive das grandes empresas, tem apenas sua embalagem para competir, as pequenas empresas podem, através do design se igualar às maiores de sua categoria competindo de verdade e com muito mais força e efetividade.

Precisamos ter em mente que nenhum produto concorre “*no mercado*”, todo produto concorre numa “CATEGORIA”, o macarrão não concorre com o sabão em pó, este não concorre com a margarina nem essa com o creme dental. Cada produto concorre apenas na *“sua”* categoria e é nela que sua apresentação visual precisa se destacar, chamar a atenção dos consumidores e apresentar os atributos positivos do seu produto.

Podemos afirmar, com base em 4 décadas de experiência desenhando embalagem de empresas de todos os tamanhos e categorias, que a melhor coisa que pode acontecer a um produto é ter uma boa e, se possível, uma ótima embalagem.

O bom design da embalagem torna grande o produto da pequena empresa aos olhos dos consumidores e deve ser objeto de atenção e cuidado por parte dos donos de marca, não importando o tamanho da empresa que dirigem.

Minha recomendação é que o ponto de partida para esta atenção e cuidado que os gestores precisam ter é fazer um estudo de campo no local onde o produto é apresentado aos consumidores lado a lado com seus concorrentes, pois é lá que acontece a hora da verdade no processo de compra.

Olhando com atenção para a exposição dos produtos, precisamos responder com toda sinceridade a seguinte pergunta: A embalagem do meu produto é melhor, pior ou igual as embalagens dos meus concorrentes?

Se a resposta for “pior” é preciso acudir imediatamente pois nesse caso o produto será percebido pelos consumidores como sendo “Inferior” aos de seus concorrentes fazendo com que ele acabe por ser vendido a preços também inferiores, pois a embalagem é percebida pelos consumidores como um VALOR que se incorpora ao produto e valor para o consumidor é aquilo que ele percebe como tal e aceita pagar mais por isso.

Se a resposta for “igual” é preciso observar com atenção e escolher aquela que mais se destaca na categoria e tentar entender por que ela se destaca das demais. Será por causa da forma, das cores, das imagens ou de algo que é responsável por este destaque?

A partir dessas observações é possível tomar a decisão sobre o que é necessário melhorar para que o design da nossa embalagem não seja mais inferior ou igual a média das embalagens das embalagens de seus concorrentes pois se isso acontecer, com certeza estamos perdendo a competição no ponto de venda ou no mínimo vendendo bem menos do que poderíamos vender.

Se a embalagem da pequena empresa for considerada nesta avaliação como melhor de seus concorrentes, ela precisa apenas continuar evoluindo para manter sua liderança visual.

Portanto, uma vez que a pequena empresa se tornar capaz de reconhecer a importância que a embalagem tem sobre seu negócio e que a apresentação visual desta embalagem tem impacto no desempenho de vendas de seu produto, estarão criadas as premissas necessárias para investir na transformação do design uma ferramenta efetiva de competitividade e um diferencial do valor percebido no produto que é em última análise a melhor coisa que uma pequena empresa pode fazer por seu negócio e seu produto depois é claro, da qualidade do próprio que precisa sustentar na prática de uso a promessa feita pela embalagem!

Fabio Mestriner

Especialista em Design e Inteligência de Embalagem

Autor do livro Design de Embalagem Curso Avançado e

Inovação na Embalagem - Manual Prático

*Seus projetos de design conquistaram vários prêmios internacionais*