

Embalagens Mal-Amadas

ARTIGO POR FABIO MESTRINER

Sempre me impressionou a forma como algumas embalagens são tratadas pelas empresas que as utilizam em seus produtos, uma forma desleixada que vai do pouco caso ao desprezo puro e simples. Isto me incomoda porque para mim, as empresas deveriam vestir seus produtos para ir ao mercado como fazem as mães ao arrumar seus filhinhos para levar a uma festa.

Dá impressão que não tem ninguém olhando por elas, que a empresa não presta atenção neste componente fundamental dos produtos de consumo.

Quem ainda não observou o que estou descrevendo, não ou fez pelo mesmo motivo, por não prestar atenção no que está acontecendo nas gôndolas onde se encontram estas embalagens pobres, tristes e malvestidas. Mas elas estão lá, fraquinhas, apagadas, inexpressivas dando um depoimento negativo sobre as empresas que as utilizam.

São embalagens que se restringem a cumprir apenas o que a legislação determina sem ter maiores preocupações, não apresentam os atributos dos produtos, não procuram se destacar, chamar a atenção e muito menos encantar os consumidores. Não falam nada sobre a empresa e perdem todas as oportunidades de ajudar seu próprio negócio usando suas embalagens como embaixadoras da empresa, e também sem aproveitar como elas podem e devem ser utilizadas, ou seja, como ferramenta de marketing, veículo de comunicação e elo de conexão com o site da empresa ou do produto.

É triste observar como todo o potencial de contribuição que uma embalagem tem para oferecer as empresas e contribuir com seus negócios está sendo desperdiçado desta forma.

Já falei muito sobre isso pois não perco oportunidade de lembrar a indústria de embalagem que esta também tem cota de contribuição neste problema que estou abordando pois cabe a ela um papel ativo na observação do que está acontecendo com as embalagens que fornecem a seus clientes.

Os profissionais de embalagem e os comerciais das indústrias de embalagem precisam cultivar o hábito de ir a campo observar como suas embalagens estão concorrendo com as embalagens produzidas por seus concorrentes. Precisam alertar seus clientes todas as vezes que verificarem que as embalagens deles estão perdendo a competição

no ponto de vendas. Precisam sugerir, ensinar, lembrar e ajudar as empresas que utilizam embalagem o quanto ela pode ajudar seu produto e seus próprios negócios.

Este é um trabalho permanente daqueles que tem apreço pelas embalagens que produzem.

Alguns podem achar que estou exagerando, mas é só olhar com mais atenção e vamos perceber que o que descrevo, infelizmente ainda está acontecendo. Ocorre que sempre nos chama a atenção as embalagens mais destacadas e vistosas, por isso não vemos nem prestamos atenção nas mal-amadas, órfãos de maiores cuidados, relegadas a função elementar de carregar os produtos. Dão a impressão que são produzidas por gente que ignora suas funções mais nobres, gente que não sabe que o consumidor não separa a embalagem de seu conteúdo e que para ele o que tem dentro de uma embalagem triste, não traz alegria...

Por isso vai aqui um alerta para todos aqueles que valorizam a embalagem seja na indústria que as produz como naquelas que as utiliza. Vão a campo, observem o ponto de venda, analisem suas embalagens e façam a si mesmo a pergunta mais importante do negócio; “nossas embalagens são melhores, piores ou iguais às de nossos concorrentes?”

Certifiquem-se que suas embalagens não são “mal-amadas”, porque se elas não são amadas por aqueles que delas devem cuidar, imaginem o que acontece com os consumidores que por elas tem que PAGAR!!!!