



2 O marketing e a embalagem

Projeto de design experimental de embalagens

Lígia Fascioni | www.ligiafascioni.com.br

Aula de hoje



- Marketing
- O mercado no Brasil
- Motivação de compra
- Posicionamentos da embalagem
- Embalagem como ferramenta de marketing
- Estudos de campo Briefing

www.ligiafascioni.com.br

A hand is holding a vintage typewriter by its handle, using it as a handbag. The typewriter is light blue with a gold-colored keyboard and carriage. The background is a white door. A red semi-transparent box is overlaid on the right side of the image.

Marketing

“Processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros”

Philip Kotler

www.ligiafascioni.com.br

A vintage television set is shown outdoors, with a landscape visible on its screen. The TV has a dark frame and a blue control panel on the right side with several knobs and buttons. The screen displays a scenic view of a valley with green trees and mountains in the distance. The TV is placed on a surface, possibly a table, with some foliage visible in the foreground.

Marketing não é propaganda!

Muito menos enganosa...



O mercado no Brasil [2005]*



- hipermercados: 30 mil itens (6 mil novos/ano)
- 58 mil supermercados
- 270 mil vendas e mercearias
- 60 mil farmácias
- 41 mil papelarias
- 350 mil bares/lanchonetes

*MESTRINER, Fabio. *Design de embalagem: curso avançado*. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. pg. 13.

www.ligiafascioni.com.br

Motivação de compra



- quem é o consumidor?
- conhecimento do produto
- importância do produto
- alternativas disponíveis
- frequência de compra

www.ligiafascioni.com.br

Posicionamento da embalagem



- Líder
- rival do líder
- posição intermediária
- produtos participantes

www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing



- inclusão de informações
- promoção de outros produtos
- construção da imagem da empresa
- promoções combinadas
- atividades/brincadeiras
- achou/ganhou

www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing



- cupons de desconto
- prêmios e sorteios
- vales-brinde
- brinde instantâneo
- embalagens utilitárias
- amostras
- ações combinadas com outras marcas

www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing



- campanhas institucionais
- comemorações da empresa
- prêmios e condecorações
- selo de patrocínio
- informações úteis
- embalagem multipack

www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing



- kits promocionais
- miniaturas
- oferta "mais um grátis"
- séries especiais
- coleções

www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing



- shows e eventos
- datas especiais e efemérides
- festas populares locais
- internet e hot site

www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing

- refil
- participação dos consumidores
- incentivo à reciclagem
- embalagem + campanha publicitária



www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing

- inclusão de slogans e mensagens
- campanhas a partir da embalagem



www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing



- embalagem display
- embalagem chamariz



www.ligiafascioni.com.br

Embalagem como ferramenta de marketing



- embalagem brinquedo



www.ligiafascioni.com.br

Humor



www.ligiafascioni.com.br

Humor



www.ligiafascioni.com.br

Humor



www.ligiafascioni.com.br

Humor



www.ligiafascioni.com.br

Humor



Embalagem como ferramenta de marketing



- divulgação cultural
- rótulo exclusivo
- personagens e pessoas famosas



www.ligiafascioni.com.br

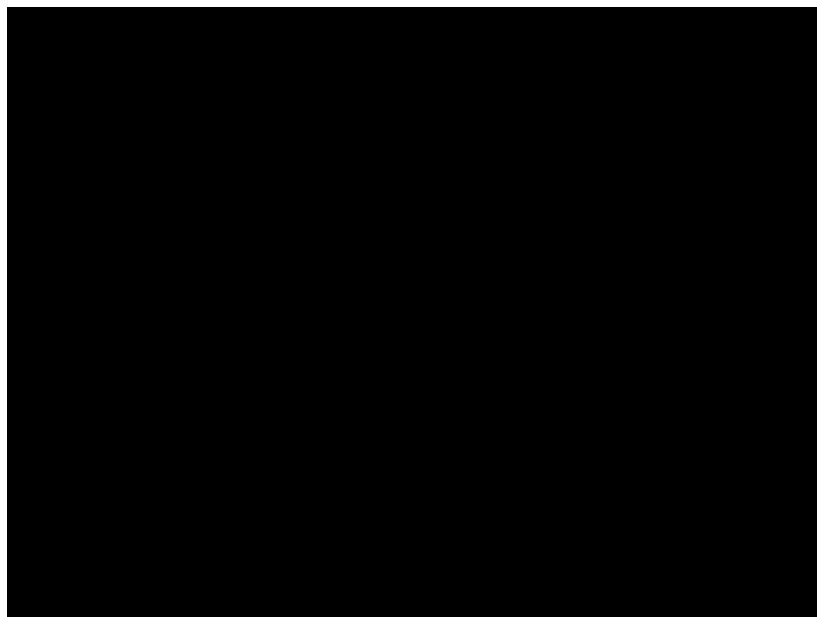
Considerações



- recursos disponíveis/
custos
- identidade da
empresa
- complexidade do
projeto

www.ligiafascioni.com.br

E se a Microsoft redesenhasse a embalagem do iPod?



Pontos-chave para o projeto



1. conhecer o produto
2. conhecer o consumidor
3. conhecer o mercado
4. conhecer a concorrência
5. conhecer técnicas
6. conhecer objetivos
7. ter uma estratégia
8. desenhar conscientemente
9. trabalhar com a indústria
10. revisar

www.ligiafascioni.com.br

Para a próxima aula

- painel de fotos do produto e concorrentes
- quadro comparativo pontos fortes/fracos produtos e concorrentes
- características técnicas (tamanho, formato, volume, rotulagem, informações)
- atributos a destacar
- posição no mercado
- perfil do consumidor (quem é e por que compra?)



www.ligiafascioni.com.br



Bibliografia

- CALVER, Giles. **O que é design de embalagens?** Porto Alegre: Bookman, 2009.
- MESTRINER, Fábio. **Design de embalagem – curso avançado.** São Paulo: Pearson Makron Books, 2ª Ed, 2005.
- MESTRINER, Fábio. **Design de Embalagem – curso básico.** São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.
- <http://www.thedieline.com>
- <http://packaginguqam.blogspot.com>
- <http://lovelypackage.com>
- <http://embalagensustentavel.com.br>

www.ligiafascioni.com.br

Imagens



- Sissy Castilho [5]
- Joseph Eid [7]
- Emma Smart [10]
- Anni Nykanen [11]
- Betz White [14]
- Chris Cavill [15]
- Alex Creamer | Meg Gleason [18]
- Lucia Picerno [25]
- Storm Design Brand [27]
- Sergii Llin [28]
- Estudio Division [29]
- Karl Lagerfeld [30]

www.ligiafascioni.com.br