

# PACKAGING

**9 ERRORI CHE DEVI  
ASSOLUTAMENTE EVITARE CON IL PACKAGING**

## 9 ERRORI CHE DEVI ASSOLUTAMENTE EVITARE CON IL PACKAGING

***Se fai tanti sacrifici per la tua attività,  
e il tuo prodotto è di qualità superiore a quello  
della tua concorrenza,  
ma allo stesso tempo ti accorgi che non vendi  
abbastanza e senti che non stai raggiungendo il  
successo che meriti,  
e ti accorgi che i tuoi concorrenti pur avendo  
un prodotto di qualità inferiore vendono di più  
e senti parlare di loro  
sia online che offline allora...***

***sicuramente stai commettendo almeno uno  
di questi 9 errori!***

## I 9 ERRORI DA EVITARE ASSOLUTAMENTE CON IL PACKAGING

***Conoscendo questi errori ed evitandoli  
i nostri clienti hanno ottenuto:***

**un brand di successo e dei packaging straordinari  
che hanno fatto aumentare le vendite e  
le marginalità mediamente del 30% ed in alcuni casi  
anche del 100%!**

I 9 ERRORI DA EVITARE ASSOLUTAMENTE CON IL PACKAGING

**SCOPRI LE TESTIMONIANZE DEI  
NOSTRI CLIENTI SUL NOSTRO SITO**

**[WWW.MOODPACKAGING.IT](http://WWW.MOODPACKAGING.IT)**

# PACKAGING STRUMENTO DI MARKETING

Il packaging è uno strumento di marketing fondamentale per il successo della tua attività e del tuo prodotto.

Ti consente di entrare in **relazione fisica** con il tuo cliente target e creare un rapporto ed un'interazione diretta che pochi altri strumenti di marketing possono creare.

Il packaging è l'elemento fisico del brand ovvero se il brand è un elemento concettuale di percezione il packaging gli conferisce concretezza e fisicità. Oggi grazie alla sua diffusione, le persone entrano in contatto con il packaging decine se non centinaia di volte al giorno: è diventato un elemento della nostra quotidianità, pertanto è facile capire il suo potere di comunicazione.



# PACKAGING STRUMENTO DI MARKETING

Se sei un artigiano o hai un'azienda che produce o vende prodotti, soprattutto nel settore food, il packaging ti dà la possibilità di:

- a) Distinguerli**
- b) Aumentare il valore dei tuoi prodotti**
- c) Posizionarti come leader**
- d) Aumentare le vendite**
- e) Creare un'interazione con il cliente**



**“TRASFORMA LA CONFEZIONE DEL  
TUO PRODOTTO IN UN POTENTE  
STRUMENTO DI MARKETING”**

**Maurizio Serrenti**

# IL PACKAGING BELLO MA... MOLTO PERICOLOSO!

Il packaging è quello strumento di marketing da cui dipende il successo della tua azienda e del tuo prodotto, proprio per questo se non curato e progettato bene può essere molto pericoloso per la tua attività!

**Gli errori più comuni che solitamente gli operatori imprenditori compiono con il packaging sono 9 e sono pericolosissimi!**

Possono essere addirittura devastanti per la tua attività e il tuo prodotto pertanto vanno assolutamente evitati! In questo speciale documento ti svelerò i 9 errori che solitamente compiono le piccole attività, con il proprio packaging, così da poterli evitare e ottenere il successo che meriti!





# I 9 ERRORI

---

**“IL PACKAGING SE USATO O  
CONCEPITO MALE PUÒ ESSERE  
DEVASTANTE PER LA TUA ATTIVITÀ”**

**Maurizio Serrenti**

# ERRORE 1

### TRATTARE IL PACKAGING IN MANIERA SUPERFICIALE

Molto spesso il packaging, viene trattato in maniera superficiale dagli operatori, non gli viene data la giusta importanza.

Infatti, spessissimo, nelle attività artigiane o semi-industriali il packaging viene trascurato sotto ogni punto di vista. Solitamente in questo tipo di aziende, si gestisce in maniera scrupolosa, la produzione e, di conseguenza le materie prime oppure gli articoli di vendita nel caso si tratti di attività commerciali, **trascurando completamente il packaging!**

Come accade per esempio nella gestione delle giacenze e dei riordini che vengono effettuati sempre in una situazione di urgenza.



# ERRORE 2

### INTERLOCUTORI SBAGLIATI

Uno degli errori più devastanti è proprio questo **rivolgersi a degli interlocutori sbagliati** per risolvere problematiche legate al packaging. Questo è forse l'errore più pesante che si possa commettere, affidare un'attività così importante come il packaging DESIGN del tuo prodotto o attività a delle figure non qualificate ed incompetenti nel settore.

Infatti molto spesso in Italia per una distorsione della realtà quando un operatore / imprenditore si accorge che deve migliorare o comunque deve risolvere un problema legato al packaging si rivolge a queste 3 figure:

- GROSSISTA
- AGENZIA DI COMUNICAZIONE GENERALISTA/  
FREELANCE
- PICCOLO PRODUTTORE NON ORGANIZATO  
(STAMPATORE)

A causa di questa malsana consuetudine arrivano da noi in studio decine di clienti con dei packaging completamente inadatti e sbagliati, ritrovandosi a dover reinvestire tempo e denaro per recuperare gli errori fatti.



Nei casi più gravi i danni sono stati così gravi che è stato necessario rimettere mano addirittura al Brand e a tutta la strategia comunicativa.

**Questo perché ci si è rivolti a persone non qualificate e non specializzate che non conoscono affatto la materia del Packaging Design!**

# ERRORE 2

### INTERLOCUTORI SBAGLIATI

Vedi oggi il packaging ha un importanza pazzesca nelle attività come la tua, in questo tipo di aziende il packaging è diventato l'elemento fondamentale, una componente così importante che per poterlo progettare sia dal punto di vista grafico sia dal punto di vista strutturale (design) concettuale e produttivo ci vogliono delle competenze specifiche che non si acquisiscono dall'oggi al domani, ma ci vogliono anni di studi e di specializzazioni!

Competenze come il marketing, la comunicazione e il design, sicuramente ne il grossista ne l'agenzia di comunicazione generalista e neanche la piccola azienda produttrice hanno. Senza parlare poi degli standard di produzione, logistica e sicurezza che oggi occorrono, soprattutto nel comparto alimentare.



# ERRORE 2

### INTERLOCUTORI SBAGLIATI

Nella pagina seguente ti spiegherò attraverso una tabella comparativa il perché queste 3 figure sono completamente inadatte a risolvere i tuoi problemi di packaging nonostante loro si propongano come risolutori/consulenti. Nella prima colonna sono elencate le principali competenze necessarie per poter progettare un packaging mentre nelle altre colonne sono indicate le 3 figure e il loro rapporto con le competenze necessarie, i risultati ti stupiranno! Capirai subito come queste 3 figure sono inadatte ed addirittura pericolose se gli viene affidato il packaging del tuo prodotto o della tua attività.



**GROSSISTA**



**AGENZIA DI COMUNICAZIONE GENERALISTA**



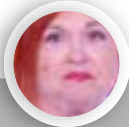



**PICCOLO PRODUTTORE STAMPATORE**

## ERRORE 2

### INTERLOCUTORI SBAGLIATI

TABELLA A1

COMPETENZE PER LA CREAZIONE DI UN PACKAGING	 GROSSISTA	 AGENZIA DI COMUNICAZIONE GENERALISTA	 PRODUTTORE	 MOOD PACKAGING
MARKETING	✗	✓	✗	✓
GRAFICA	✗	✓	✗	✓
CONOSCENZA DEI MATERIALI	✗	✗	✓	✓
TECNICHE DI STAMPA	✗	✗	✓	✓
PACKAGING DESIGN	✗	✗	✗	✓

### ERRORE 2

#### INTERLOCUTORI SBAGLIATI

Dalla tabella A1 emerge chiaramente come tutte le figure a cui solitamente gli operatori si rivolgono in realtà non sono assolutamente adatte per uno studio di packaging design, ma anzi vanno assolutamente evitate.

Mentre **la MOOD PACKAGING possiede tutte le competenze ed un profondo Know-How per poter progettare in maniera strategica e vincente un Packaging.**



GROSSISTA



AGENZIA DI COMUNICAZIONE  
GENERALISTA



PICCOLO PRODUTTORE  
STAMPATORE





### ERRORE 3

#### MENTALITÀ SBAGLIATA

La mentalità anche in questa materia è una discriminante fondamentale.

**Avere una mentalità giusta corretta, orientata sul guadagno e non sul risparmio sul fare le cose fatte bene e avere una sensibilità e uno spiccato gusto estetico sono delle prerogative imprescindibili per non sbagliare sulla creazione di un Packaging Strategico!**

Avere una mentalità sbagliata vuol dire soprattutto:

#### PUNTARE TUTTO SUL RISPARMIO = AUTODISTRUZIONE

Essere focalizzati sul risparmio ti porterà sempre a scegliere materiali che costano poco dunque scadenti e di bassa qualità. Anche questo errore è molto pericoloso in quanto **una confezione scadente comunica un prodotto scadente**, questo vuol dire che se il tuo prodotto è confezionato con un packaging scadente non allineato alla tua offerta il cliente percepirà il tuo prodotto come un prodotto di bassa qualità e non gli darà mai il giusto valore preferendo sempre quello della tua concorrenza.





### ERRORE 4

#### UTILIZZARE PACKAGING GENERICO

Un altro errore è utilizzare il packaging generico che non ti rappresenta ma anzi rischia di confondere il cliente.

Utilizzare il packaging generico vuol dire perdere l'opportunità di fare marketing e dialogare direttamente con il tuo cliente target.

Molti ancora oggi utilizzano delle confezioni generiche per i propri prodotti o per la propria attività convinti di risparmiare e non fare giacenze! ...ma oggi che siamo nell'era della comunicazione che senso ha? che possibilità hanno queste aziende di affermarsi e di aumentare il valore percepito del proprio prodotto?  
NESSUNA... ANZI rischiano seriamente di non sbocciare mai e di rimanere nell'anonimato per l'eternità!  
Questa decisione di utilizzare un pack generico ovviamente porta soltanto ad uno spreco di energie perdendo opportunità di vendita e opportunità per svolgere un attività di marketing tra le più efficaci!  
Il packaging generico comunica al cliente una CRISI O COMUNQUE UNA CATTIVA CONDOTTA dell'azienda!



**Inoltre se utilizzi lo stesso packaging che potrebbe usare un tuo concorrente rischi di confondere il cliente e di far percepire che sei esattamente uguale al tuo antagonista.**

### ERRORE 5

#### **AVERE UN PACKAGING... ~~BRUTTO~~... INADATTO**

Stiamo vivendo nell'era della comunicazione visiva. Grazie soprattutto ad Internet ed ai vari social networks negli ultimi anni siamo sottoposti ad una comunicazione visiva molto aggressiva, ormai si comunica soprattutto con il linguaggio visivo.

I canoni di bellezza e di estetica sono cambiati notevolmente negli ultimi anni.

Ormai siamo abituati a giudicare in maniera velocissima i messaggi pubblicitari che ci vengono indirizzati.

Se fino qualche anno fa si diceva che ci volevano appena 7 secondi per decidere se rimanere a navigare su un sito internet o no, oggi questa tempistica si è abbassata ulteriormente, oramai ci vogliono solamente pochissimi secondi.



**PRIMA**



**DOPO**



### ERRORE 5

#### **AVERE UN PACKAGING... ~~BRUTTO~~... INADATTO**

Questo vale anche per il packaging, pensa un attimo a quando vai al supermercato: ci sono in media più di 10.000 referenze diverse e almeno una decina della stessa categoria! Anche qua accade la stessa cosa soprattutto nelle giornate in cui si ha maggior fretta!

Pertanto le aziende stanno combattendo una battaglia molto importante per stimolare il consumatore.

Se ci fai caso i packaging sono sempre più belli e affascinanti, questo vuol dire che si sta incrementando il livello qualitativo della comunicazione!

I tuoi competitors!

I tuoi concorrenti si stanno attrezzando sempre di più!

Dunque devi stare molto attento a non rimanere indietro.

Devi agire subito e mettere mano al tuo packaging immediatamente! ma ricorda rivolgiti solamente ad aziende specializzate e competenti!

Pertanto anche questo è un errore pericolosissimo!

Un altro errore che devi assolutamente evitare è quello di avere una confezione mediocre e brutta con un'immagine banale e di cattivo gusto!



**Decidi se acquistare un prodotto in pochissimi secondi.**

# ERRORE 6

### NON AVERE IL PACKAGING COORDINATO

Non avere il packaging coordinato è un'altro errore molto comune, è praticamente la somma di più errori. Questo errore emerge soprattutto per colpa della mentalità sbagliata (**errore 3**) e anche per il fatto che al packaging non gli si dà la giusta importanza come abbiamo visto nell'**errore 1**.

Avere il packaging coordinato vuol dire creare un'**identità visiva forte**. Per identità visiva intendiamo quei codici estetici che caratterizzano il un Brand creando un alta riconoscibilità nel mercato.

Molto spesso gli operatori/impreditori si rivolgono a più aziende anche della stessa categoria, magari per risparmiare solo qualche centesimo, magari perché non sono in contatto con un consulente qualificato come possiamo essere noi di Mood Packaging, che unendo la nostra competenza nel Packaging Design ed una profonda conoscenza dei materiali ed tecniche di stampa possiamo offrire soluzioni vincenti e all'avanguardia creando un armonia comunicativa, rafforzando il posizionamento e la percezione del Brand.



# ERRORE 7

### **NON AVERE UNA STRATEGIE DI MARKETING**

Il packaging come abbiamo detto è uno strumento di marketing, pertanto il suo potere detonante lo si ottiene se viene sfruttato in una strategia di marketing specifica che coinvolge tutto il Brand.

Il packaging è un veicolo di comunicazione che deve arrivare in maniera diretta e chiara al nostro consumatore target.

Se si progetta un piano di marketing il Packaging non può non essere inserito anzi deve essere uno degli asset comunicativi e strategici del piano.



### ERRORE 8

#### **NON AVERE UN PACKAGING SOSTENIBILE**

Il Packaging oggi sta vivendo un periodo di maturità in cui bisogna combinare elementi come la sostenibilità, l'esigenze del consumatore/utilizzatore, dell'ambiente e della società.

I consumatori sono sempre più sensibili alle tematiche che riguardano l'ambiente pertanto è necessario che ci sia un approccio consapevole con il design e la progettazione del tuo packaging.

E sempre di più i brand vengono scelti per il loro impegno sul fronte della produzione e consumo responsabile e il packaging è il mezzo che comunica queste scelte in maniera diretta e tangibile.

Pertanto **la scelta di un packaging sostenibile può condizionare la scelta d'acquisto del cliente.**





# ERRORE 9

## NON ESSERE UN BRAND

Questo è l'ultimo errore che stai commettendo con il packaging del tuo prodotto e dalla tua attività .  
L'abbiamo messo per ultimo ma in realtà è il fondamento di qualsiasi attività di Business. Non essere un brand, non avere un identità, non avere un fattore differenziante, non sapere esattamente a chi rivolgersi e non avere principi **è la base di tutti gli errori.**

**Oggi le persone acquistano brand non prodotti.** Pensaci un attimo, nella maggioranza delle volte quando decidi di acquistare un prodotto in realtà ti viene in mente la marca del prodotto, oppure il prodotto associato alla marca stessa.

**Questo vuol dire essere brand occupare un posto nella mente del tuo cliente target,** che quando pensa alla tua categoria gli deve venire in mente il tuo nome, la tua immagine e farlo sentire soddisfatto e appagato ancor prima di aver acquistato!

Infatti qualsiasi attività di marketing risulterà inefficace se non è sostenuta da un brand forte con una forte identità. Avere un Brand forte significa avere le idee chiare, sapere a chi rivolgersi e saper cosa fare in qualsiasi momento.



Proprio per questo all'interno della nostra offerta abbiamo inserito un percorso formativo che si chiama **da piccola attività a brand che ti consente di creare il tuo brand forte e differenziante che ti porterà al successo che meriti!**

### CONCLUSIONI

Siamo arrivati alla fine di questo ebook e innanzitutto ti faccio i miei complimenti per averlo letto e per aver imparato nuove tecniche che i tuoi concorrenti ancora non conoscono!

Abbiamo visto quali sono gli errori piu comuni e allo stesso tempo quelli piu pericolosi per la tua attività!

**Pertanto ti invito a riflettere su questi errori e a stare molto attento!**

Se ti sei accorto che il tuo prodotto è di qualità ma allo stesso tempo ti accorgi che non ha quelle vendite sperate e senti che i tuoi concorrenti che magari hanno anche un prodotto inferiore al tuo, vendono tanto e la gente comunque ne parla anche online, allora sicuramente stai commettendo uno di questi errori!

**Contattaci SUBITO!**

**Non Perdere Tempo!**

**Ti offriremo la prima consulenza completamente gratis!**

[www.moodpackaging.it](http://www.moodpackaging.it)

[info@moodpackaging.it](mailto:info@moodpackaging.it)

**Chiama: 3485809157**





[WWW.MOODPACKAGING.IT](http://WWW.MOODPACKAGING.IT)