

Packaging personalizzato: come utilizzarlo e quali sono i vantaggi

Pubblicato: Venerdì 28 Febbraio 2020



Il packaging è considerato uno dei dettagli più importanti all'interno di una strategia di marketing di un'azienda.

Oltre alle campagne pubblicitarie, il **packaging** è l'elemento che può determinare il **successo di un prodotto**, perché è la chiave per differenziare un determinato articolo da una massa di prodotti in commercio.

Il contenitore, l'**imballaggio di un prodotto** deve risultare diverso e più attraente degli altri, ciò significa che risalta immediatamente all'occhio del consumatore, pur essendo una confezione semplice e senza troppi eccessi.

La soluzione più utilizzata per differenziare il prodotto di un marchio rispetto ad altri prodotti simili presenti nel mercato è il packaging personalizzato. [Scopri CelVil, l'azienda di produzione e personalizzazione di buste e sacchetti!](#)

I vantaggi del packaging personalizzato: perché usarlo?

Il **packaging personalizzato**, prima di esaltare il prodotto al suo interno, evidenzia il marchio e il messaggio che l'azienda vuole promuovere. Annuncia la presenza del brand attraverso forme, colori, caratteri e dimensioni del contenitore.

Realizzare un packaging personalizzato significa dare all'imballaggio delle caratteristiche riconoscibili dal consumatore: un simbolo, un colore specifico che piace e viene condiviso da persona a persona, tramite una foto pubblicata sui social network o tramite la pubblicità.

Ciò significa che attraverso gli imballaggi personalizzati è possibile:

- **attirare i consumatori**
- **fidelizzare con i consumatori**
- **incrementare la visibilità del brand**
- **aumentare la vendita del prodotto**

Come scegliere e personalizzare il packaging di un prodotto

Personalizzare un packaging significa analizzare prima di tutto il prodotto da vendere, partendo dalla tipologia dell'articolo, la dimensione, consistenza, fino ad arrivare alla tipologia di distribuzione dello stesso.

Nel caso di un e-commerce, il packaging personalizzato più utilizzato dalle aziende è il contenitore con la stampa del logo.

Molte aziende personalizzano il packaging con dei gadget extra come caramelle o piccoli oggetti che piacciono al target di riferimento e rafforzano la brand reputation delle aziende.

Il secondo passaggio per *personalizzare l'imballaggio dei prodotti* è individuare uno stile che rappresenti l'azienda: rispettando l'analisi effettuata precedentemente sul prodotto, è importante stabilire la forma della confezione, il materiale del packaging, lo stile di eventuali immagini o scritte rappresentate, il posizionamento del logo e i colori.

La **scelta dei colori** è molto importante perché devono essere in linea con i colori aziendali e, allo stesso tempo, devono saper rappresentare il messaggio che si vuole condividere attraverso quel determinato imballaggio.

La scelta dei colori può essere fatta basandosi anche sulle linee guida dettate dal **neuromarketing**, ogni tonalità può **incidere sulla psicologia umana** in modo differente e questo è molto importante per saper scegliere i colori che attirano l'occhio e le emozioni dei consumatori.

Un packaging è essenzialmente un oggetto che ha una forma e una dimensione, dunque diventa un'immagine per gli occhi dei consumatori. Questa immagine deve essere **riconducibile al marchio** di riferimento.

Un prodotto viene acquistato se l'immagine del packaging è riconosciuta dal consumatore, quindi accostata ad un noto marchio e considerato come un buon prodotto. Questo processo viene effettuato se il packaging **dona personalità al prodotto** e si differenzia dai competitor.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it