

L'importanza del packaging nel brand positioning

Pubblicato: Mercoledì 2 Dicembre 2020



Il **packaging** è quella branca del marketing che si occupa di studiare, progettare e realizzare confezioni – in inglese *package* – con l'obiettivo di differenziare un prodotto e renderlo immediatamente riconoscibile agli occhi dei consumatori.

Packaging in Italy, agenzia italiana specializzata in **packaging design** e **brand positioning**, sviluppa una strategia di posizionamento basata su un packaging personalizzato, differenziante e funzionale alle vendite che è capace di incentivare l'acquisto da parte del consumatore e di rendere il prodotto immediatamente riconoscibile sullo scaffale.

Il ruolo del packaging in una strategia di branding

Il **packaging design**, definito anche la 5°P del marketing mix, è un fondamentale strumento di comunicazione all'interno di una strategia di branding. Quest'ultima fa riferimento a tutta una serie di attività che hanno lo scopo di definire il posizionamento di un brand o di un prodotto specifico nella mente dei consumatori.

Per rendere il proprio **brand unico e distintivo** rispetto alla concorrenza, è necessario sviluppare un progetto di packaging design in grado di valorizzarne i punti di forza. La confezione di un prodotto, infatti, non è “solo” un elemento che integra e completa la visual identity di un’azienda, ma è un potente strumento per conferire visibilità e riconoscibilità ad un brand.

Non è un caso se la scelta di ogni elemento del packaging – forme, colori, dimensioni, materiali – si fonda su precise **strategie di neuromarketing** allo scopo di individuare ciò che influisce sulle decisioni di acquisto del proprio target di riferimento.

Packaging design: i vantaggi

Un progetto di **packaging design personalizzato** protegge e conserva un prodotto e, al tempo stesso, deve essere in grado di catturare l'attenzione del consumatore in pochi secondi.

Il packaging design, infatti, è il **biglietto da visita di un'azienda** e il primo elemento ad interfacciarsi con il consumatore nel punto vendita: in quanto tale, può essere utilizzato come un potente strumento di comunicazione aziendale e veicolo efficace dei valori di marca.

Un design del packaging efficace e studiato, dunque, svolge alcune funzioni chiave, sia **tangibili che intangibili**, all'interno di una strategia di branding:

- **Protegge il prodotto:** lo scopo primario e fondamentale del packaging è la protezione del prodotto che durante il trasporto e l'imballaggio deve conservarsi correttamente senza subire danni.
- **Comunica elementi distintivi del prodotto:** il packaging comunica la brand identity di un'azienda attraverso elementi visivi come colore, forme e materiali. Quest'ultimi sono funzionali a trasmettere i tratti distintivi del brand affinché rimanga impresso nella mente del consumatore e, allo stesso tempo, si distingua dalla concorrenza.
- **Spinge all'acquisto:** un packaging dal design user-friendly è capace di comunicare le caratteristiche e i vantaggi di un prodotto, mostrando visivamente perché dovrebbe essere preferito dal consumatore rispetto ai competitor.

Packaging in Italy, è un'agenzia italiana specializzata in packaging design e brand positioning che posiziona nella mente del consumatore il tuo prodotto attraverso un packaging differenziante, unico e facilmente riconoscibile. Grazie ad una strategia di Packaging Positioning® è possibile sviluppare un progetto di comunicazione e packaging a 360° in grado di parlare direttamente al target di riferimento e di trasformare un cliente potenziale in un cliente abituale.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it