

Роль упаковки

во ФРОВ и как она
влияет на продажи



Надежда Паршина

Основатель и креативный директор независимого брендингового агентства Ohmybrand, специализирующегося на создании здоровых и ответственных брендов. Многократный победитель российских и международных конкурсов в сфере брендинга и дизайна: WillAd STAR, Pentawards, European Design Awards, German Design Awards, Red Dot, Epica Awards и других. Эксперт и автор многочисленных публикаций по теме брендинга здоровых продуктов.

Привет! Мы
Ohmybrand



ohmybrand

10+

лет работы

130+

проектов

20+

наград

О чём сегодня поговорим?

Рассмотрим тренды в дизайне и чем они вызваны, потребительское поведение и как это сказывается на дизайне упаковки.

Нужен ли бренд в категории ФРОВ покупателям и какие ошибки лучше не делать при его разработке.

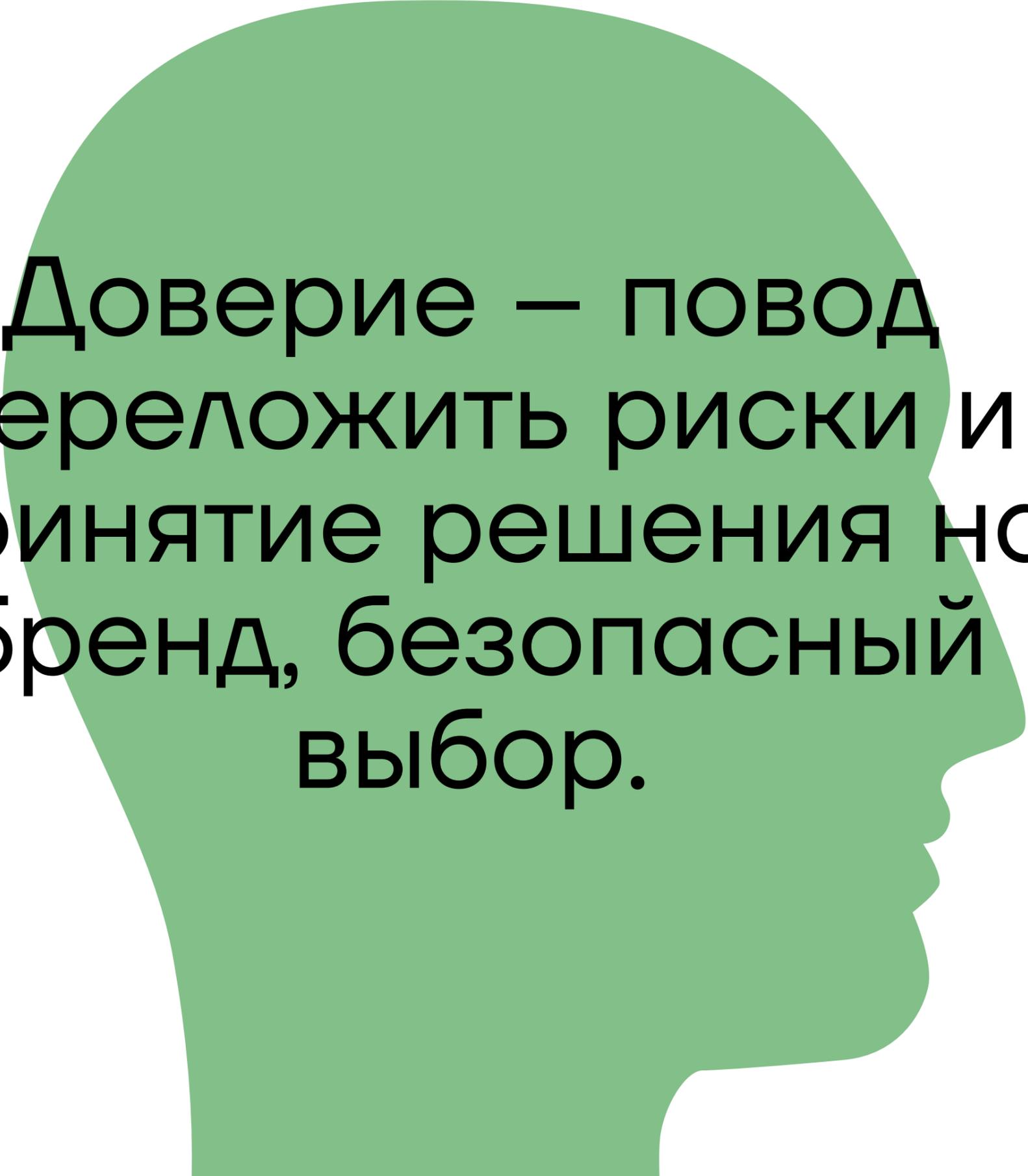
**Что
происходит у
потребителей?**

Драйвером визита
для регулярных посетителей
супермаркетов являются
фреш категории: фрукты и
овощи, а также мясо и птица.

Нужен ли сейчас
бренд в категории
ФРОВ покупателю
или нет?



**Нужен бренд,
которому будут
доверять.**



Доверие – повод
переложить риски и
принятие решения на
бренд, безопасный
выбор.

ОГУРЦЫ

Духовицкие

ГРУНТОВЫЕ



Что происходит с упаковкой?



Помидоры сливовидные
Фламенко 450 г

450 г

229,00 ₺



Помидоры черри
Экокультура желтые на ветке
250 г

250 г

239,00 ₺



Помидоры розовые Зеленый
стандарт Капрезетто 400 г

400 г

219,00 ₺



Рассмотрим несколько факторов, которые влияют на то, как выглядит упаковка бренда:

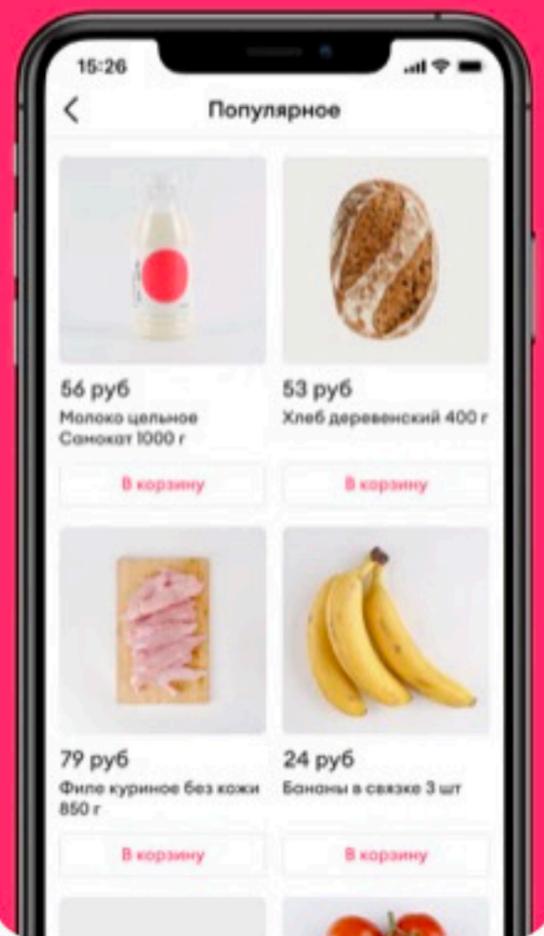
- онлайн-продажи
- сторителлинг
- ожидания покупателей

Онлайн продажи

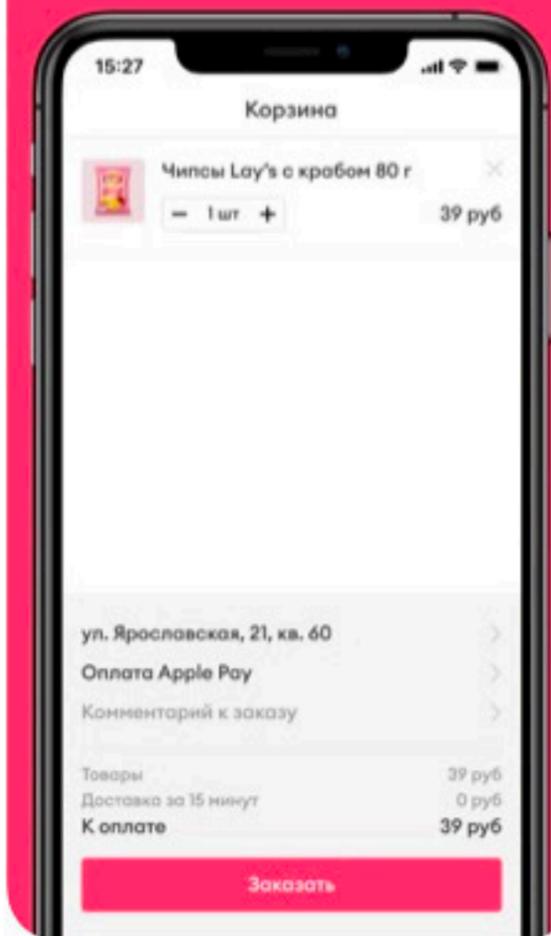
Приносим продукты
за 15 минут



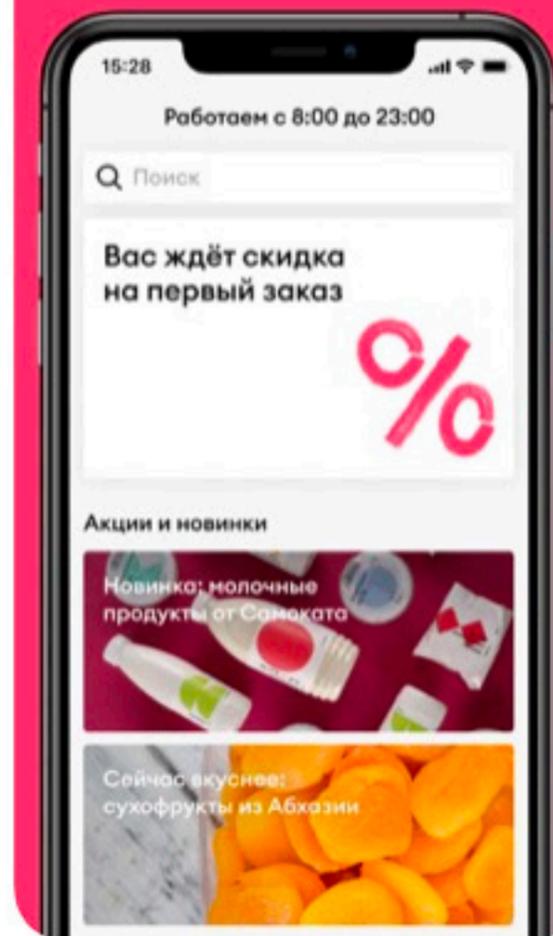
Цены и выбор как
в магазине у дома



Доставка всегда
бесплатная



Дарим скидку
на первый заказ



Онлайн стал полной
репликой офлайна, и
покупатель идет туда даже
за небольшими покупками

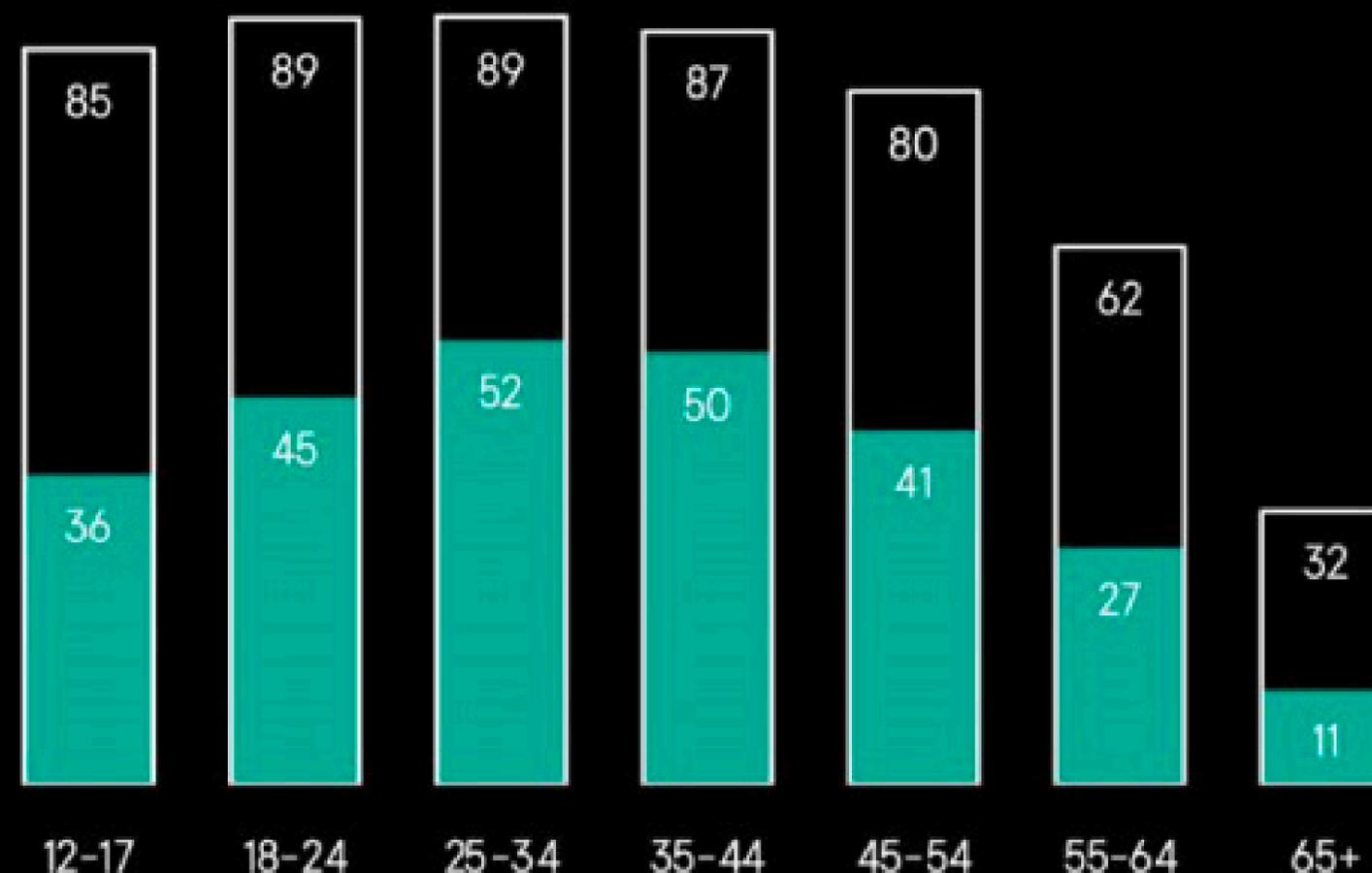
ОБЩИЙ ОХВАТ E-COM

73%

НАСЕЛЕНИЯ ПОСЕЩАЮТ E-COM
ПЛОЩАДКИ ХОТЯ БЫ РАЗ В МЕСЯЦ

37%

НАСЕЛЕНИЯ ПОСЕЩАЮТ E-COM
ПЛОЩАДКИ ЕЖЕДНЕВНО



Онлайн-корзина:

24%

товары для ухода за собой

15%

свежие продукты и с коротким сроком годности

10%

бакалея

10%

зоотовары



★ 4 103

Помидоры Черри красные 250г упаковка

149 Р/шт

Купить

Сегодня



★ 3.2 21

Помидоры Узбекистан

275,4 Р/600 г

Купить

Сегодня



С рынка

★ 3.8 481

Помидоры розовые Азербайджан 0.5-0.9кг

429 Р -12%

379 Р/кг

Купить

Сегодня



★ 4.5 91

Помидоры Фламенко сливовидные для запекания и гриля 450г

244 Р/шт

Купить

Сегодня



★ 4.5 13

Томаты Коктейльные Сладкая Ягода фиолетовые 350г

199 Р/шт

Купить

Сегодня

Заметность на онлайн-полке маркетплейса – ВАЖНО



★ 4.6 352

Помидоры Черри на ветке 500г упаковка в ассортименте

399 Р/шт

Купить

Сегодня



★ 3.3 4

Помидоры на ветке 500г упаковка

199 Р/шт

Купить

Сегодня



С рынка

★ 3.2 84

Томаты Бакинские Азербайджан

449 Р/кг

Купить

Сегодня



Суперцена

★ 4 35

Помидоры Кумато

399 Р -13%

349 Р

Купить

Сегодня



★ 4.3 20

Помидоры коктейльные 500г упаковка в ассортименте

299 Р/шт

Купить

Сегодня



★ 4.5 77

Черри желтые 200г в ассортименте



★ 4.3 4

Помидоры Кумато 350г



★ 4.2 30

Помидоры красные 600г упаковка



★ 4.1 8

Помидоры Дагестан 500г упаковка



★ 4 30

Помидоры Черри Кумато 250г упаковка

*Сделано в
Ohmybrand





*Сделано в
Ohtybrand





GOTHAM GREENS

New England Crunch

Pesticide-Free Lettuce
Long-Lasting Freshness
Grown in a Clean Greenhouse in Providence, RI

Net wt. 4.5 oz (128 g)
Keep Refrigerated - Unwashed

SUSTAINABLY GROWN
LOCAL
IN NEW ENGLAND

Providence, RI 02909

GOTHAM GREENS

Basil



Pesticide-Free
Long-Lasting Freshness
Grown in a Clean Greenhouse in Providence, RI

Net wt. 1.25 oz (35.4 g)

SUSTAINABLY GROWN
LOCAL
IN NEW ENGLAND

GOATHAMGREENS.COM • @GOATHAMGREENS • 505 Highways Ave., Providence, RI 02909



GOTHAM GREENS

Butterhead

SUSTAINABLY GROWN
LOCAL
IN NEW ENGLAND



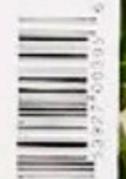
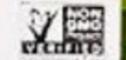
GOTHAM GREENS

Gourmet Medley

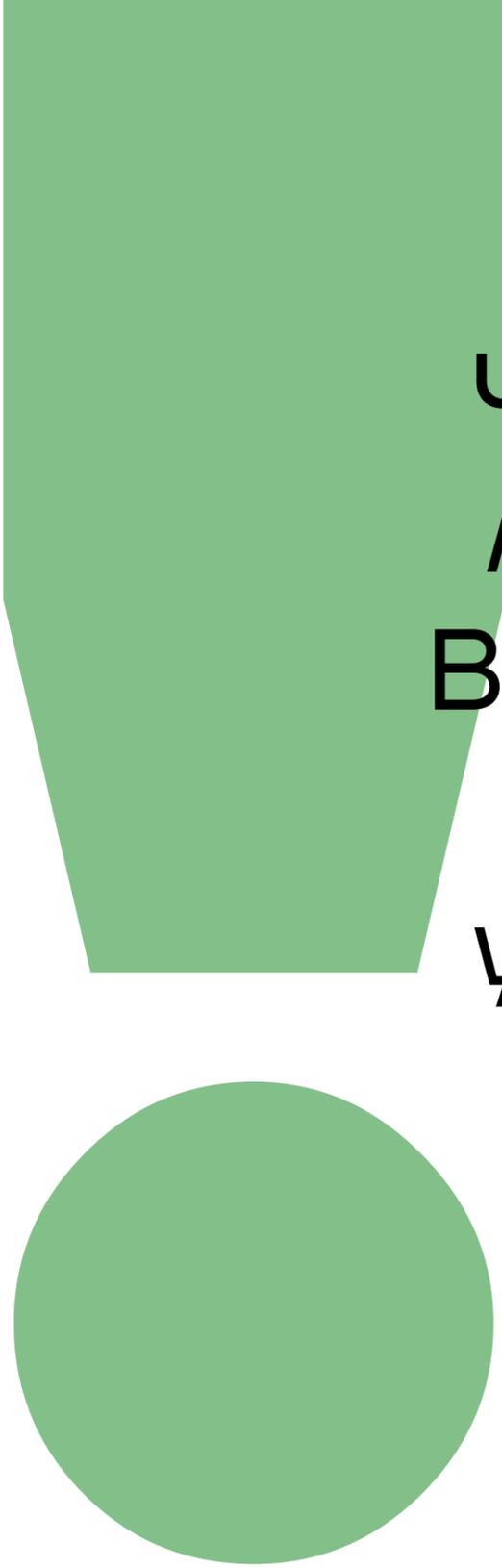
Pesticide-Free Lettuce
Long-Lasting Freshness
Grown in a Clean Greenhouse in Providence, RI

Net wt. 4.5 oz (128 g)
Keep Refrigerated - Unwashed

SUSTAINABLY GROWN
LOCAL
IN NEW ENGLAND



GOATHAMGREENS.COM • @GOATHAMGREENS • 505 Highways Ave., Providence, RI 02909



Чем меньше элементов на
лице упаковки, тем лучше.
Выделяем 1 главный символ,
убираем всё, что можно
убрать, на другие стороны
упаковки.

Сторителлинг





Истории помогают нам
запоминать факты.
Хороший бренд –
это история в голове
покупателя.

*Сделано в
Ohmybrand





ВЫБЕРРИ
МЕТЯ



ミガキイチゴ
MIGAKI-ICHIGO







|| 菜子 ||
ООО «АГРО ИНВЕСТ»
Адрес: 249414, Россия, Калужская область,
Дзержинский район, Дзержинск, Троицкий
квартал, стр. 4/2 info@agroinvest.com
тел./факс: +7 (493) 204-85-13

АГРО ИНВЕСТ

МОЁ ЛЕТО

свежие овощи из Калужской области

АГРО ИНВЕСТ

МОЁ ЛЕТО

свежие овощи из Калужской области



|| 菜子 ||
ООО «АГРО ИНВЕСТ»
Адрес: 249414, Россия, Калужская область,
Дзержинский район, Дзержинск, Троицкий
квартал, стр. 4/2 info@agroinvest.com
тел./факс: +7 (493) 204-85-13

АГРО ИНВЕСТ

МОЁ ЛЕТО

свежие овощи из Калужской области

АГРО ИНВЕСТ

МОЁ ЛЕТО

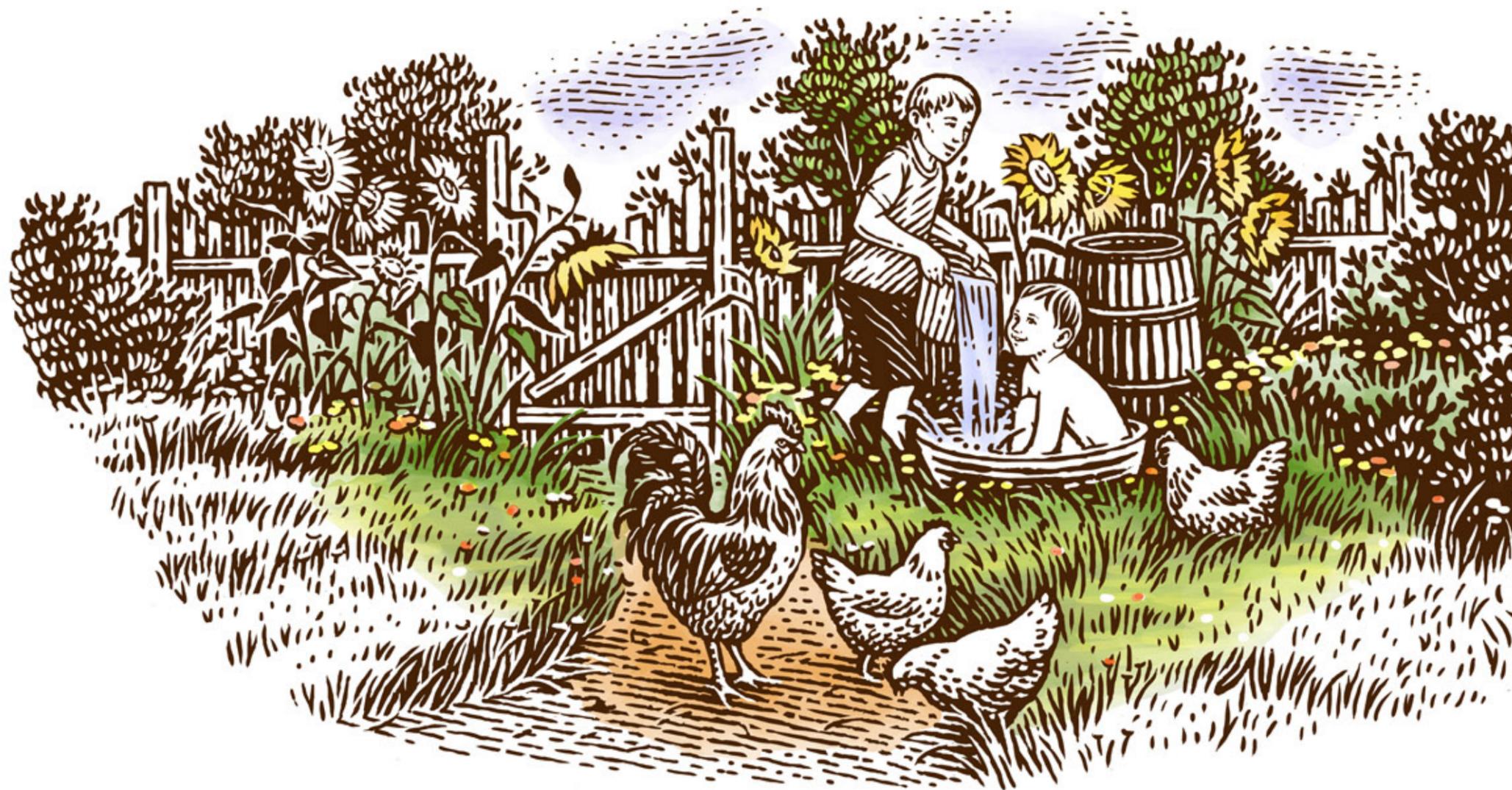
свежие овощи из Калужской области





*Сделано в
Ohmybrand

*Сделано в
Ohmybrand



*Сделано в
Ohmybrand



*Сделано в
Ohmybrand



Потребительское ожидание

Почему потребитель должен
выбрать именно ваш продукт?

Он не специалист в
агропромышленности, а лишь
хочет вкусный салат на ужин.



Белая Дача

новинка • спелый урожай

сезонный
МИКС

не нужно
мыть дома
Вымыты
3 раза!

НА 4
ПОРЦИИ

МИКС
КАСПИЙ

радиччо
рукола
шпинат

МИКС
КАСПИЙ

радиччо
рукола
шпинат

МИКС
КАСПИЙ

радиччо
рукола
шпинат

МНОГО ЛИ
салата?

надо ли его
мыть?

Эмоциональная покупка

Два типа эмоций, влияющих
на принятие решения:

Те, что человек испытывает
в **настоящий** момент

Эмоции настоящего влияют на то,
насколько быстро и обдуманно
человек примет решение, на
какой риск он будет готов пойти.

Те, что он предполагает
испытать в **будущем**

Основная эмоция будущего —
это страх потери, последствий
неверно принятого решения,
а не предвкушение удовольствия
от правильного выбора.



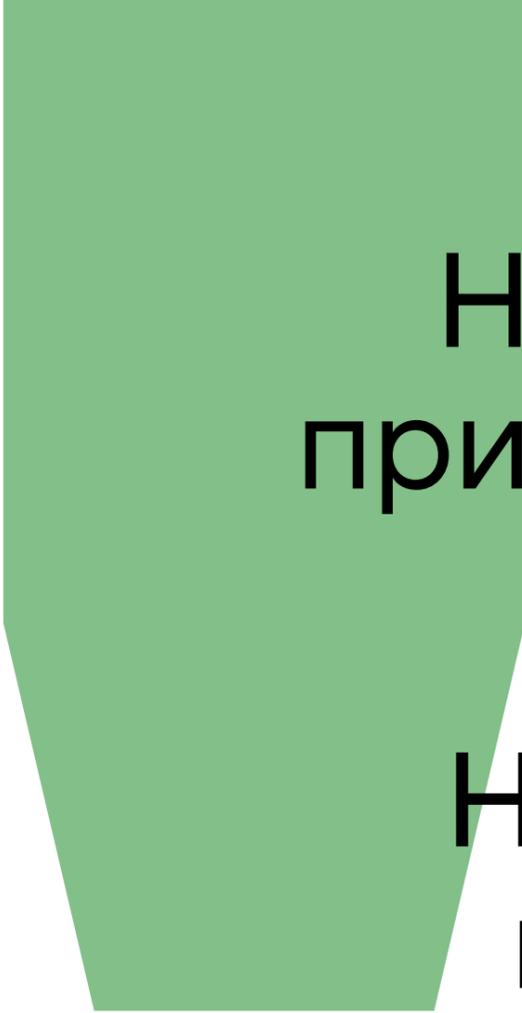


食べて
美つくり

青森
りんご

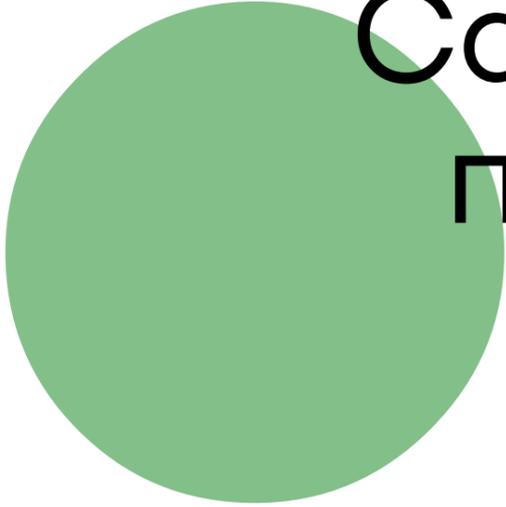
青森りんごで
べっぴん
増計画

皮ごと食べてさらに美つくり! 「健康果実」青森りんごのおいしいヒミツはこちら! [健康果実](#) [検索](#)



Не заставляйте человека
принимать сложные решения
быстро.

Нам сложно выбирать из
похожих предложений.



Самая сильная эмоция при
покупке — страх потери.

СООТВЕТСТВУЕТ ЛИ
ПРОДУКТ ТОМУ, ЧТО
ПОКУПАТЕЛЬ ИЩЕТ?

Перекус с собой





Набор для приготовления

Подарок с пользой

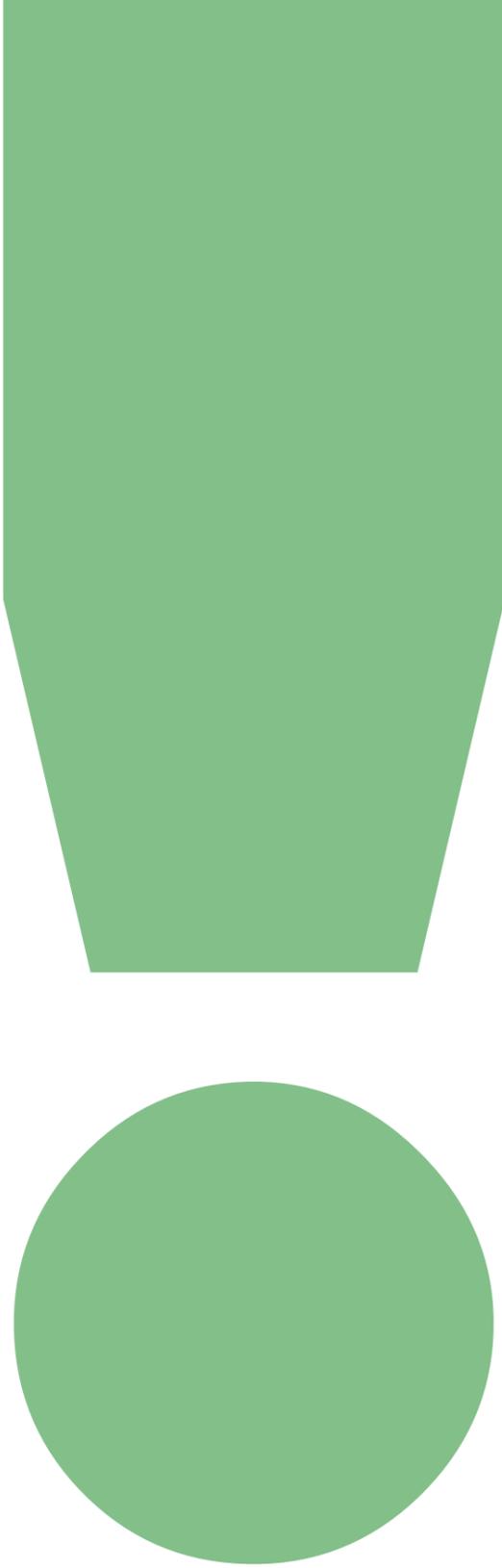




Это может быть не весь бренд,
а одна из линеек бренда –
которая позволит выделиться
на полке, запасть покупателю в
память и выделить бренд в ряду
конкурентов.

Покупатель придирчивый не из вредности, а потому что ему приходится выбирать по цене, а не то, что нравится.





Бренд – это набор ассоциаций, связанных с вашим брендом. Они должны быть понятны покупателю.

Пространство для новых продуктов и брендов — есть, сейчас в меняющейся обстановке огромные возможности для экспериментов,

надо находить запросы у покупателей, чем они пользуются, но их не устраивает, и на этой основе разрабатывать новые продукты и бренды.

Да пребудет с нами сила :)

Надежда Паршина

parshina@ohmybrand.ru

+7 926 226 2246



https://t.me/ohmybrand_studio