

Kosmetyki, środki higieny osobistej i chemia gospodarcza

Uwzględnienie systemów znakowania na etapie projektowania opakowań

Wyzwanie

Projekt opakowania stanowi integralną część wizerunku marki. Od dobrze zaprojektowanego opakowania może zależeć, czy produkt stanie się bestsellerem, czy zginie na sklepowych półkach pośród innych propozycji. Zaprojektowanie opakowania wymaga znacznych nakładów pracy, ale rzadko uwzględnia się przy tym od razu kwestię kodów. Warto jednak pamiętać, że umieszczone w nieodpowiednim miejscu, zniekształcone lub niechlujne kody mogą zepsuć nawet najpiękniejszy projekt. Nieatrakcyjne kody są dla klientów trudne do odczytania i psują pożądaną nieskazitelny wygląd dobrze zaprojektowanego opakowania. Uwzględnienie technologii znakowania podczas projektowania opakowania może zmniejszyć ryzyko pojawienia się nieestetycznych kodów i korzystnie wpłynąć na wygląd opakowania oraz wizerunek marki.

Atuty firmy Videojet

Zanim polecimy klientowi rozwiązanie, które najlepiej sprawdzi się przy znakowaniu na danym opakowaniu, wspólnie z nim poddajemy to opakowanie ocenie i testom w naszych wewnętrznych laboratoriach. Nasze zaawansowane technologie znakowania obejmują:

- Bezkontaktowy ciągły druk atramentowy (CIJ) przy użyciu atramentów specjalnych do większości podłoży
- Termiczny druk atramentowy (TIJ) na papierze i podłożach porowatych
- Systemy znakowania laserowego do nanoszenia trwałych kodów na różnych rodzajach opakowań
- Nadruk termotransferowy (TTO) z użyciem taśmy na elastycznych foliach

Nie pozwól, aby słabej jakości kod zepsuł wspaniały wygląd opakowania.

Zoptymalizuj oznakowanie, aby pasowało do projektu.

W przypadku kosmetyków, środków higieny osobistej i chemii gospodarczej opakowanie jest narzędziem marketingowym o kluczowym znaczeniu. Jest także elementem, który konsumenci natychmiast rozpoznają. Konsumenci poszukujący na sklepowych półkach swoich ulubionych produktów rozglądają się za wpadającymi w oko opakowaniami. Wyjątkowo ciekawe wzory opakowań mają ponadto zdolność przyciągania osób, które wcześniej nie kupowały danego produktu. Producenci kosmetyków, środków higieny osobistej oraz chemii gospodarczej poświęcają znaczną ilość czasu i pieniędzy na opracowanie i wdrożenie swojej koncepcji opakowania. Często nie biorą jednak przy tym pod uwagę kwestii oznakowania, mimo że może ono mieć znaczny wpływ na wygląd gotowych produktów i sposób, w jaki są postrzegane.

Nieprawidłowo umieszczone, zniekształcone lub nieatrakcyjne kody serii i partii oraz daty ważności mogą sprawić, że skądinąd schludnie zaprojektowane opakowanie będzie wyglądać byle jak i może nawet zniechęcić konsumenta do zakupu. Uwzględnienie treści oznakowania oraz technologii jego nanoszenia na etapie projektowania pozwala mieć pewność, że gotowe opakowanie będzie wyglądać doskonale i że tego wrażenia nie popsuje żaden źle wykonany kod. Poznanie różnych dostępnych technologii znakowania danego opakowania pozwala wykorzystać proces produkcyjny, zamiast się z nim zmagać.

Na początku procesu projektowania opakowania należy rozważyć następujące pytania:

1 Z jakiego materiału będzie wykonane opakowanie?

Wybór rodzaju podłoża zależy głównie od formy, właściwości i przeznaczenia produktu. Rodzaj materiału opakowania ma jednak również bezpośredni wpływ na jakość i trwałość oznakowania. Wygląd i trwałość oznakowania wynikają z zastosowanej technologii znakowania, natomiast rodzaj opakowania jest najważniejszym czynnikiem przy ustalaniu, która technologia jest optymalna w przypadku danego podłoża opakowania. Na przykład niektóre rodzaje tworzyw sztucznych mogą sprawiać problemy z uwagi na słabą przyczepność tuszu lub brak kontrastu.

Aby zapewnić optymalne oznakowanie, należy ocenić możliwości różnych technologii zmiennego znakowania w przypadku wymaganego podłoża. Jeżeli w przypadku jakiegoś produktu wymagany jest konkretny rodzaj materiału opakowania, należy rozważyć dodanie specjalnego obszaru, w którym dana technologia będzie skuteczna. Na przykład kartony często zawierają niewielkie obszary, z których usunięto trudną do oznakowania powłokę lub lakier, aby umożliwić lepszą przyczepność w przypadku rozwiązań opartych na użyciu atramentu. Są one często nazywane „polami wybitymi” i mogą być również tworzone na etykietach lub bardzo wzorzystych powierzchniach. Podobne okienka pod nadruk, w których zmieniono odcinek opakowania lub kolor etykiety, można tworzyć w przypadku niemal każdego rodzaju opakowania w celu poprawy czytelności kodów.

Na jakość oznakowania ma również wpływ kolor materiału opakowania. Jeśli na przykład środek czystości wymaga opakowania z tworzywa HDPE, a jednocześnie konieczny jest wysoki kontrast oznakowania, aby było ono łatwo czytelne dla konsumenta, należy rozważyć użycie tworzywa sztucznego w jaśniejszym kolorze, co pozwoli uzyskać najlepszy kontrast. Można także zastosować specjalne dodatki do opakowania przy konwerterze, aby zapewnić optymalizację technologii zmiennego znakowania. Przykładem może być DataLase® — substancja dodawana do materiału opakowań lub etykiet, która umożliwia umieszczenie za pomocą wiązki laserowej ciemnego, wyraźnego oznaczenia na ich powierzchni. Takie oznaczenie wygląda, jakby było wstępnie wydrukowane.

2. Jakie informacje umieszcza się na opakowaniu produktu?

Treść na zewnętrznej stronie opakowania ma znaczenie dla informowania konsumentów i zachowania zgodności z wymogami prawnymi. Zapewnienie aktualności i dokładności treści informacji na opakowaniu może jednak być trudne. W optymalizacji wyglądu opakowania i poprawie wydajności może pomóc uwzględnienie treści, jaka ma być umieszczona na opakowaniu i zastosowanej w tym celu technologii druku. Często prawie cała treść jest drukowana przy konwerterze opakowań, a nie w miejscu wytwarzania produktu. Ogranicza to elastyczność produkcji, generuje dodatkowe koszty zarządzania zapasami i stwarza możliwości wystąpienia potencjalnych błędów pakowania, takich jak nieprawidłowe etykietowanie produktów.

Jeżeli zmiany produktu są częste, produkt ma wiele wariantów zapachowych czy kolorystycznych albo jeśli stosowane są sezonowe wzory opakowań, należy rozważyć wstępne drukowanie niewielkiej części informacji oraz wykorzystanie rozwiązań do zmiennego znakowania podczas produkcji w celu indywidualnego dostosowania opakowania dla danego produktu.

Zaawansowana technologia znakowania często umożliwia wydrukowanie na linii w zakładzie produkcyjnym prawie takich samych informacji, jak w przypadku druku wstępnego. Wykorzystanie metody zmiennego druku na linii produkcyjnej umożliwia drukowanie ikon, kodów kreskowych, tekstu i innych informacji bezpośrednio na opakowaniu podczas produkcji, dzięki czemu można ograniczyć zapasy wstępnie zadrukowanych opakowań oraz uniknąć komplikacji związanych z posiadaniem ich wielu różnych rodzajów. Daje to również możliwość łatwego dostosowania produktów dzięki informacjom sezonowym, promocyjnym i specyficznym dla danego rejonu, które nanosi się jednym naciśnięciem przycisku i niemal bez dodatkowych kosztów.

3. W jaki sposób klienci i odbiorcy używają kodów?

Drukowanie kodów, które nabywca produktu będzie rzeczywiście czytać, może zwiększyć lojalność wobec marki, zapewnić o autentyczności produktu oraz dostarczyć cennych danych marketingowych. Logistyka interakcji z odbiorcami bywa jednak trudna. Zmienne znakowanie pozwala umieszczać na każdym opakowaniu niepowtarzalne kody, które są coraz chętniej używane przez sprzedawców detalicznych do śledzenia produktów i potwierdzenia ich autentyczności. Taka identyfikacja poszczególnych sztuk produktu w połączeniu z aplikacjami mobilnymi i internetowymi oraz witrynami internetowymi może także posłużyć do rozpoczęcia dialogu z odbiorcami i zachęcić ich do interakcji z marką przez gry promocyjne oraz możliwe do zeskanowania kody kreskowe i numery identyfikacyjne. Na przykład do opakowania szamponu lub detergentu można dodać niepowtarzalne kody, które po wprowadzeniu w trybie online umożliwią zdobycie punktów lojalnościowych. Tego typu programy wzbudzają zaangażowanie konsumentów, a także mogą być źródłem cennych danych dotyczących zakupów i kupujących.



Niezytelne i nieprawidłowo umieszczone oznakowanie

Nieskazitelną oznakowanie metodą DataLase® w okienku

Kwestia kluczowa

Videojet może pomóc w zastosowaniu technologii zmiennego znakowania, tak aby kody bezproblemowo wpasowywały się w projekty opakowań, a Twoja firma nie musiała w tak dużym stopniu korzystać z wstępnego zadrukowywania. Nasi doświadczeni sprzedawcy omówią wspólnie z Tobą korzyści wynikające z różnych technologii znakowania i przygotują próbki kodów pomagające przy projektowaniu opakowań. Oferując szeroką gamę zaawansowanych systemów znakowania oraz ponad 640 płynów i materiałów eksploatacyjnych do konkretnych zastosowań, firma Videojet jest w stanie dostarczyć rozwiązanie do oznakowania niemal każdego opakowania.

Videojet pomaga wybrać rozwiązanie umożliwiające osiągnięcie celów związanych z produkcją i jakością wykonania.

Zadzwoń pod numer **887 444 600**
napisz na adres **handel.em@videojet.com**
lub odwiedź stronę **www.videojet.pl**

Videojet Technologies Sp. z o.o.
Ul. Kolejowa 5/7
01-217 Warszawa, Polska

© 2017 Videojet Technologies Sp. z o.o. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Polityka firmy Videojet Technologies Inc. zakłada nieustanne doskonalenie oferowanych produktów. Zastrzegamy sobie prawo do wprowadzania zmian konstrukcyjnych oraz zmian w specyfikacji bez uprzedniego powiadomienia. DataLase jest zastrzeżonym znakiem towarowym firmy DataLase Ltd.

