

Aumentando as conexões emocionais do consumidor com a marca

O efeito positivo dos rótulos sleeve termoencolhíveis

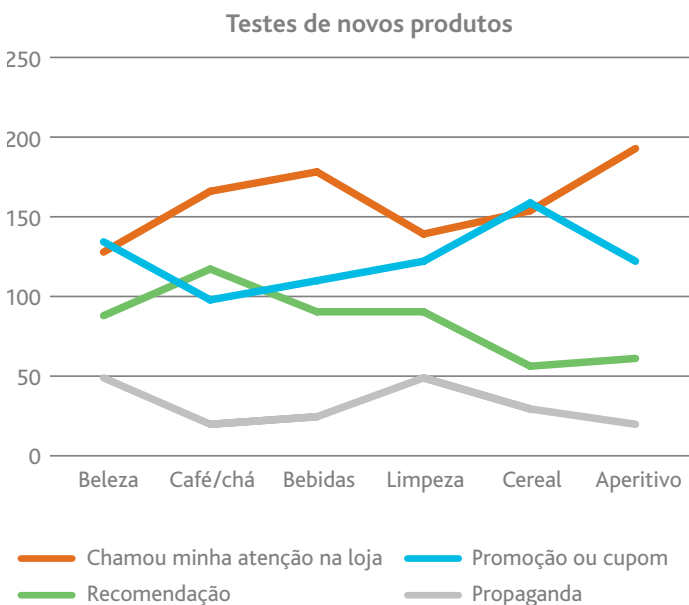


Aumentando as conexões emocionais do consumidor com a marca

O efeito positivo dos rótulos sleeve termoencolhíveis

No mercado de varejo de hoje, a importância da diferenciação dos produtos na prateleira aumentou. Apenas 8% das compras do consumidor resultam de publicidade, enquanto que 35% das decisões de compra são feitas com base na embalagem atraente do produto. Entre 40% e 70% das decisões de marca são tomadas na loja,^a e consumidores decidem em 3 a 7 segundos de interação inicial com o produto se devem experimentar um produto.^b

Em um estudo, os consumidores foram questionados sobre o que os levou a testar um novo produto: Foi uma promoção? Algo chamou a atenção na prateleira? Será que um amigo o deixou animado? Através de marcas e categorias, visibilidade na prateleira é o condutor mais forte de aumento de vendas.



A embalagem deve chamar rapidamente a atenção do consumidor, fornecer sugestões de marca, comunicar informações sobre o produto e, finalmente, incentivar o teste e construir fidelidade. É essencial para as marcas selecionar a embalagem mais eficaz do produto para estabelecer uma conexão emocional e melhorar a experiência de uso.

^aEden-Harris J., Flink C., Ph.D. Quais marcas estão se destacando em Promoção em 2010? Implicações para os comerciantes CPG (webinário). American Marketing Association, patrocinada pela Market Force Information. 09 de fevereiro de 2010.

^bNelson E., Ellison S. Em um turno, os comerciantes reforçam os gastos com publicidade dentro das lojas. The Wall Street Journal. 21 de setembro de 2005: A1.

^cMarket Force 2010

^dEstudo do AC Nielsen. Shrink Films: Uma alternativa para os rótulos tradicionais. 2010.

Pesquisa do AC Nielsen

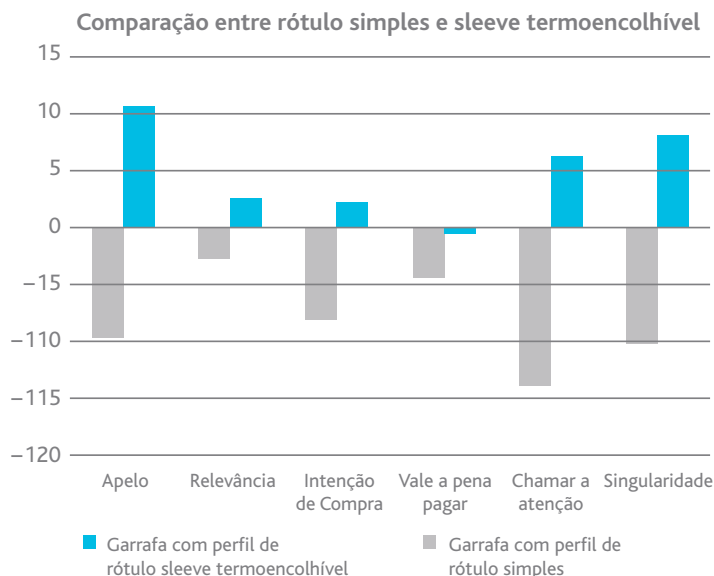
Um estudo sobre embalagens realizado pelo AC Nielsen,^d foi encomendado pela Eastman Chemical Company para entender a preferência dos consumidores por formato de rótulos, confirmar a efetividade e preferência de contornos diferenciados de garrafas que utilizam rótulos sleeve termoencolhíveis. O estudo demonstra que os rótulos sleeve termoencolhíveis criam conexões emocionais de consumo mais fortes do que os rótulos tradicionais, atuando como influenciador principal do teste e vendas de produtos.

Embalagens de produtos como refrigerantes, água funcional, xampu, e sucos foram avaliadas. Métodos de pesquisa que neutralizam a preferência da marca pelos consumidores foram usados para isolar os efeitos das embalagens em medições de

- Ele é atraente?
- É relevante para eles?
- Mais propensos a comprar a marca?
- Vale a pena pagar?
- É único?
- Será que chama a atenção?

Melhorando a conexão emocional

No segmento de bebidas funcionais, o estudo da Nielsen analisou respostas do consumidor a cinco recipientes com uma gama de tipos de garrafa e rótulos.^d Os resultados mostram que embalagens que utilizam rótulos sleeve termoencolhíveis e garrafas com contornos diferenciados obtiveram classificações superiores de forma bem mais consistente que as de rótulo simples.



Concluimos através destes dados que rótulos sleeve termoencolhíveis, especialmente combinados com garrafas com contornos diferenciados, possuem uma aparência superior, chamam mais atenção nas prateleiras e criam conexões emocionais mais forte com os consumidores. Como resultado observamos que uma maior taxa de testes de produtos, vendas a longo prazo, e fidelidade à marca são mais prováveis.

Aumento do valor

O design de embalagens evoluiu de uma despesa para uma ferramenta que aumenta a experiência de marca que

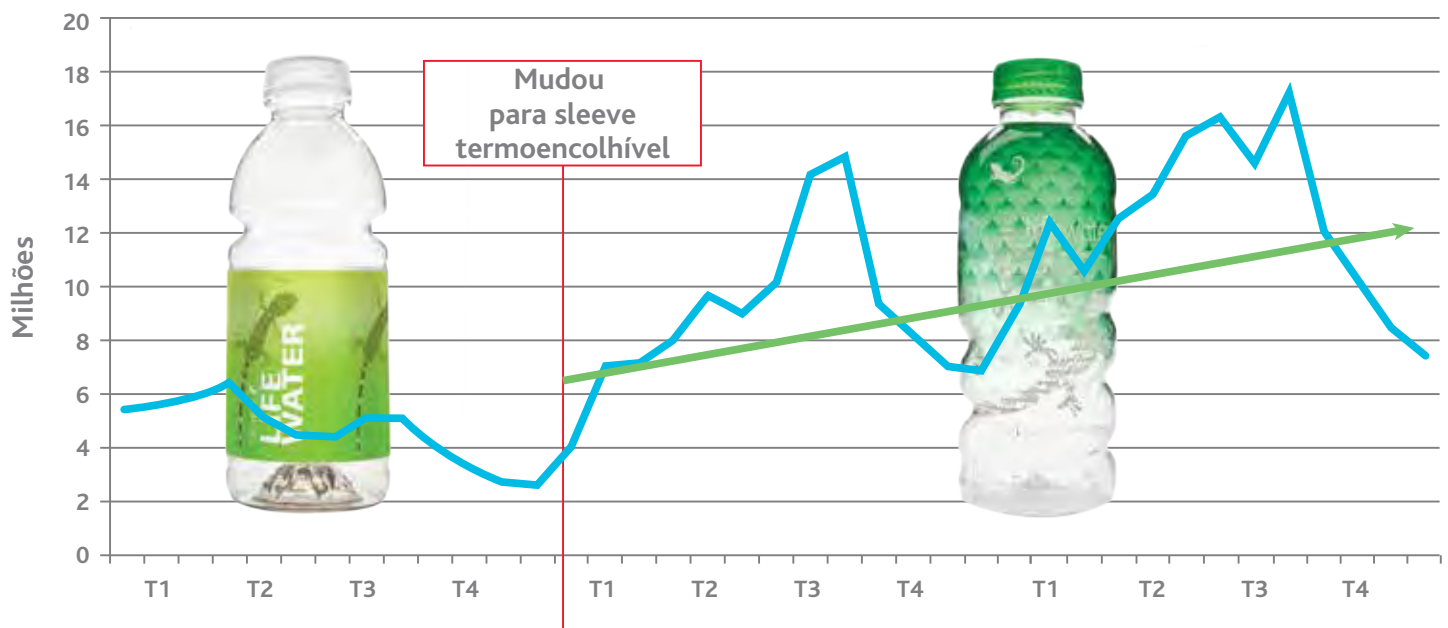
- **Chama a atenção:** ultrapassa a desordem da prateleira e o comportamento de compras no piloto automático e leva à consideração
- **Cria apelo sedutor:** faz com que os consumidores peguem o produto, fazendo-os terem vontade de olhá-lo mais de perto
- **Auxilia a marca a se comunicar com o consumidor:** Identifica a marca em ponto de venda e mostra variações de produtos, sabor, tamanho, benefícios e imagem e informação nutricional.

O Estudo do Consumidor da Nielsen também mostrou um exemplo da vida real de vendas quando a SoBe® Lifewater® mudou para um novo recipiente com um rótulo sleeve termoencolhível.

No primeiro ano de uso do rótulo sleeve termoencolhível, as vendas médias mensais aumentaram em 103% enquanto o mercado de água saborizadas caiu em 8%. No segundo ano de uso do rótulo sleeve termoencolhível, as vendas médias mensais aumentaram 45% em relação a um crescimento de apenas 2% no mercado de água. A nova embalagem e rótulo retrátil ajudaram este produto ter sucesso contra todas as probabilidades.

Enquanto os rótulos tradicionais têm cobertura limitada em recipientes de perfis diferenciados, rótulos sleeve termoencolhíveis fornecem cobertura de até 100% da embalagem. Isso se traduz em uma maior cobertura do recipiente e maior oportunidade de conexão emocional com os consumidores. Rótulos sleeve termoencolhíveis fornecem um aumento drástico na área de impressão disponível, criando uma conexão emocional mais forte e aumentando o desempenho e teste na prateleira e experimento do produto.

Vendas da SoBe® Lifewater®



- **Ano 1 de uso de rótulo sleeve termoencolhível:** A MMV aumentou em 103% contra uma queda de mercado de água de 8%.
 - **Ano 2 de uso de rótulo sleeve termoencolhível:** A MMV aumentou em 45% contra um crescimento de mercado de água de 2%.
- MMV-Média mensal de vendas

Maximizando a liberdade de design com a Eastman Embrace™ LV copoliéster

O estudo do AC Nielsen indica que rótulos sleeve termoencolhíveis combinados com recipientes com perfil oferecem um maior potencial para conexão emocional com os consumidores, valor agregado, e aumento da fidelidade à marca. Enquanto reforçam a adesão ao produto, os rótulos sleeve termoencolhíveis feitos com a Eastman Embrace LV oferecem a maior oportunidade para diferenciação de produto através do design da embalagem.

O crescimento de direção da máquina de resinas Embrace LV para rótulos permite 5% a menos de uso de filme, a medida que os rótulos expandem para envolver toda a garrafa, eliminando inconvenientes de retração, permitindo a integração do lacre anti violação (tamper evidence) ao mesmo e aumentando a superfície disponível para impressão. A Embrace LV põe menos pressão no recipiente em função da força de retração menor. Isto reduz a deformação da embalagem e possibilita obter um recipiente muito leve exigindo menos material de embalagem para tirar

vantagem de menor força retrátil. Além disso, a curva de encolhimento versátil do Embrace LV oferece a mais alta e exclusiva redução de material competitivo, permitindo flexibilidade nas propriedades de desempenho do material.

Marcas que exigem liberdade de design de embalagem usam a resina Embrace LV para rótulos sleeve termoencolhíveis para maximizar a atratividade na prateleira, promover a imagem da marca e aumentar as vendas.



Exemplo da versatilidade de retração

EASTMAN

Eastman Chemical Company Sede da Empresa

P.O. Box 431
Kingsport, TN 37662-5280 EUA
Telefone:
EUA e Canadá, 800-EASTMAN (800-327-8626)
Outros locais, (1) 423-229-2000
Fax: (1) 423-229-1193

Eastman Chemical Latin America

9155 South Dadeland Blvd.
Suite 1116
Miami, FL 33156 EUA
Telefone: (1) 305-671-2800
Fax: (1) 305-671-2805

Eastman Chemical B.V.

Fascinatia Boulevard 602-614
2909 VA Capelle aan den IJssel
Holanda
Telefone: (31) 10 2402 111
Fax: (31) 10 2402 100

Eastman (Shanghai) Chemical Commercial Company, Ltd. Jingan Branch

1206, CITIC Square
No. 1168 Nanjing Road (W)
Shanghai 200041, P.R. China
Telefone: (86) 21 6120-8700
Fax: (86) 21 5213-5255

Eastman Chemical Co., Ltd. Japão

MetLife Aoyama Building 5F
2-11-16 Minami Aoyama
Minato-ku, Tokyo 107-0062 Japão
Telefone: (81) 3-3475-9510
Fax: (81) 3-3475-9515

Eastman Chemical Asia Pacific Pte. Ltd.

#05-04 Winsland House
3 Killiney Road
Cingapura 239519
Telefone: (65) 6831-3100
Fax: (65) 6732-4930

Embora as informações e recomendações aqui contidas sejam apresentadas de boa-fé, a Eastman Chemical Company não faz representações ou garantias quanto à sua veracidade ou precisão. Você deve fazer o seu próprio julgamento sobre a sua adequação e abrangência para o seu próprio uso, para a proteção do meio ambiente e para a saúde e segurança dos seus funcionários e compradores de seus produtos. Nada aqui contido deve ser interpretado como uma recomendação para usar qualquer produto, processo, equipamentos, ou formulação em conflito com qualquer patente, e não fazemos representações ou garantias, expressas ou implícitas, que o seu uso não infrinja qualquer patente. NENHUMA REPRESENTAÇÃO OU GARANTIA, EXPRESSA OU IMPLÍCITA, DE COMERCIALIZAÇÃO, ADEQUAÇÃO A UM DETERMINADO FIM, OU DE QUALQUER OUTRA NATUREZA, SÃO APRESENTADAS AQUI COM RESPEITO À INFORMAÇÃO OU AO PRODUTO A QUE A INFORMAÇÃO SE REFERE E NADA AQUI RENUNCIA A QUAISQUER CONDIÇÕES DE VENDA DO VENDEDOR.

Fichas de segurança de dados fornecem as precauções de segurança que devem ser observadas ao manipular e armazenar nossos produtos e estão disponíveis on-line ou por solicitação. Você deve obter e analisar as informações disponíveis de segurança do material antes de manusear nossos produtos. Se quaisquer dos materiais mencionados não pertencerem aos nossos produtos, higiene industrial apropriada e outras precauções de segurança recomendadas pelos seus fabricantes devem ser observadas.

© 2013 Eastman Chemical Company. Eastman e Embrace são marcas registradas da Eastman Chemical Company. SoBe Lifewater é uma marca registrada da South Beach Beverage Company, Inc.