

# Pakendi valikul tarbija psühholoogia - selle kommunikatiivne ja mõjustav roll

Tiina Hiob  
TLÜ/BFM



Euroopa Maaelu Arengu  
Põllumajandusfond:  
Euroopa investeeringud  
maapiirkondadesse

- Brändil peab olema SELGE positsioon
- Kujundust tuleb vaadelda laiemas kontekstis, st see peab moodustama osa terviklikust kommunikatsioonist.

Lars G. Wallentin, Nestlé disainer 40 aastat.

## PAKENDI FUNKTSIONAALNE ROLL

*Pakend kaitseb kaupa teekonnal tootjast tarbijani, aitab säilitada toote omadusi, võimaldab kaupa majanduslikult otstarbekalt vedada ja ladustada ning lihtsustab kauba käsitsemist.*

*Pakend kaitseb kaupa ka kahjuliku keskkonnamõju eest ning mõne kauba puhul (nt kemikaalid, naftasaadused, pesuained, ravimid jms) ka keskkonda kauba eest.*

Pakendite disainijuhend

[info@rohetiiger.ee](mailto:info@rohetiiger.ee) ; [keskkonnaministeerium@envir.ee](mailto:keskkonnaministeerium@envir.ee)

**Funktsionaalsus nii tootja vaatest (NB! tootmise ökonoomsus) kui ka tarbija vaatest**



almia  
18.03.108 B  
EU 110  
100%

СНЕЖАНА 75%

GOUDA  
Belstic  
mankigumand





**Lihtne avada,  
raske sulgeda!**



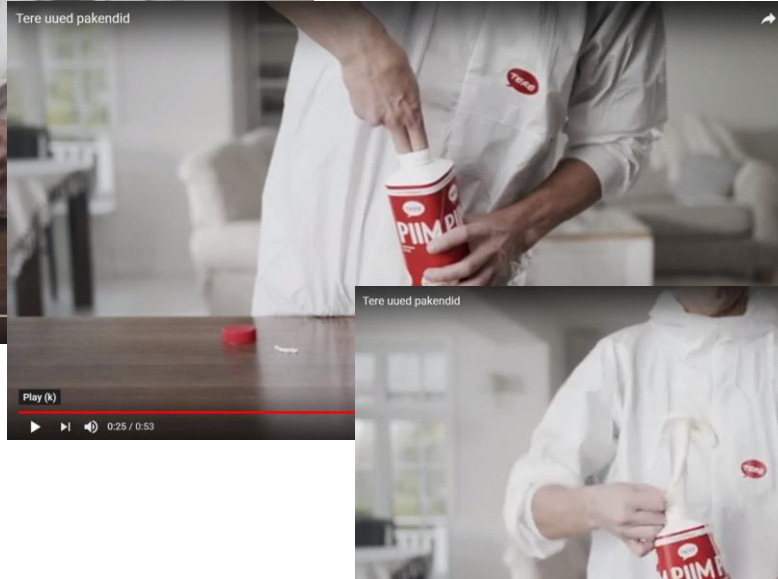
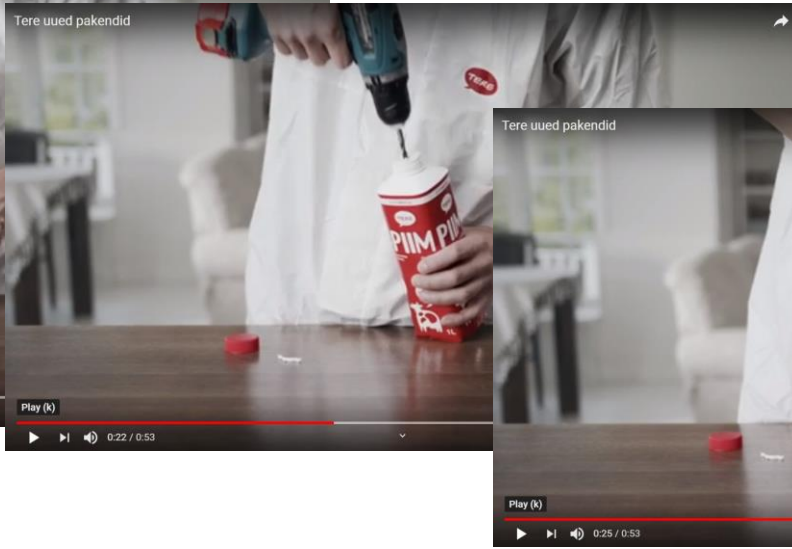
**WITH A SIMPLE TWIST**



<https://www.youtube.com/watch?v=yyRgQJzILus>



[https://www.youtube.com/watch?v=xnhMCQO8\\_10](https://www.youtube.com/watch?v=xnhMCQO8_10)





[https://www.youtube.com/watch?v=xnhMCQO8\\_I0](https://www.youtube.com/watch?v=xnhMCQO8_I0)



## **KOMMUNIKATIIVNE ROLL**

- **Signaalväärtus**
- **Tooteomaduste kommuniqueerimine kunstiliste võtete ja märgisüsteemi abil**
- **Väärtuste ja ideoloogia kommuniqueerimine**
- **Sihtrühma kõnetamine**
- **Puhas esteetika**

**Pakend võib olla ka reklaamiargumendiks, võib olla USP e unikaalse müügiargumendi aluseks.**

## Signaalväärtus sh eristuvus



# Signaalväärtus sh eristuvus

Uudised



Parim värv piimapaki jaoks on värvita, st tootena **valge**.

- Liiga vähe valget ja pakk ei näe piisavalt värske ja puhas välja.
- Seda on liiga palju ja sellel on vähe mõju riulile, st kontrasti ja signaalväärtust.
- Puhas valge või määrdunudvalge?
- Kontrastsus on oluline, kuna see võimendab valget.

Teine värv on kas **roheline** (värske kevadroheline ja mitte oliiviroheline) või **sinine** (värske hele taevasinine ja mitte nn potisinine).

80% kõigist piimapakkidest on see põhikolmik, millele on lisatud mõju suurendamiseks ja millegi erilise teavitamiseks **punast**.

<https://www.ecolean.com/news-in-the-industry/the-ultimate-milk-pack-design/>

Lars G. Wallentin



59

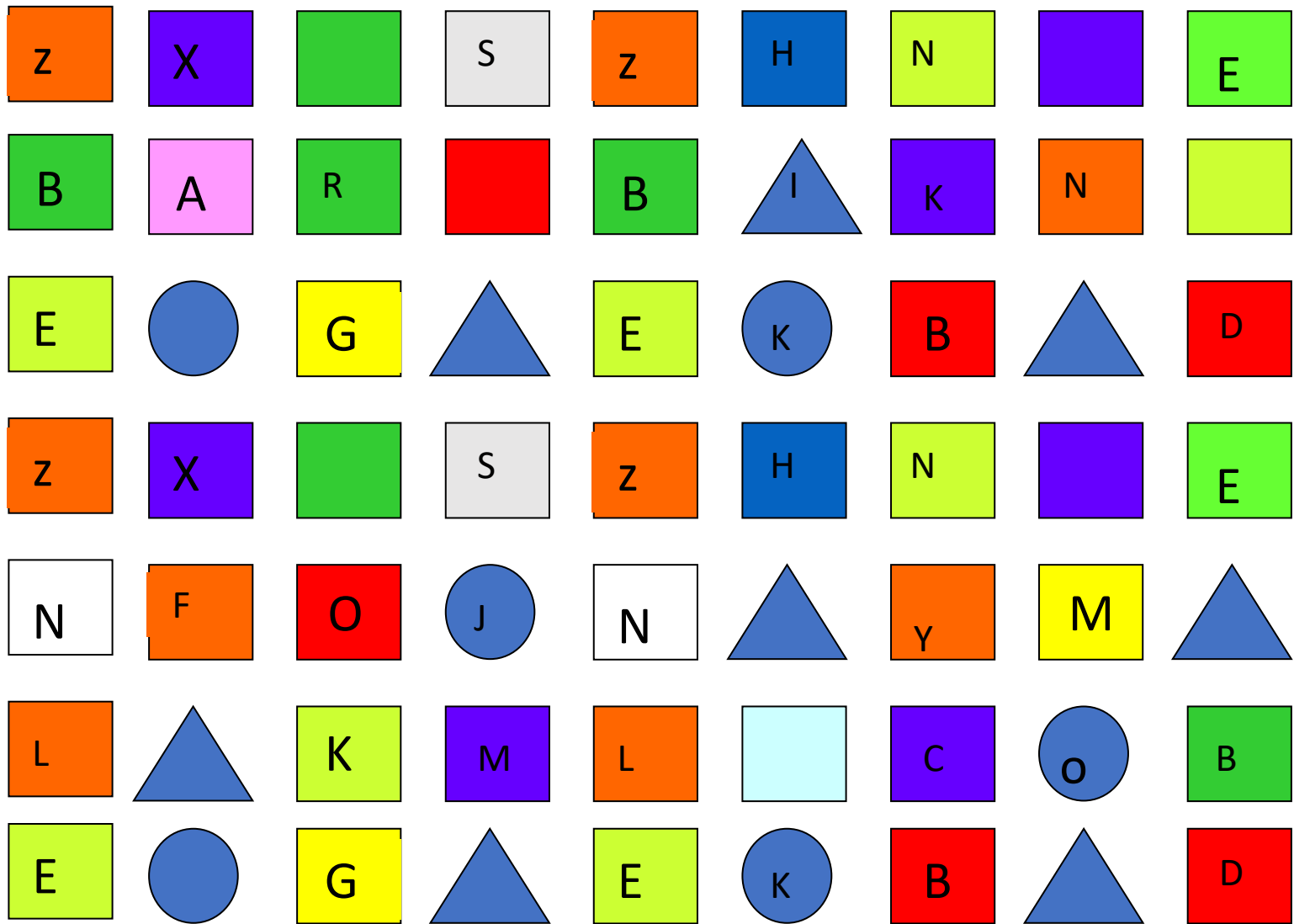


57





**Leidke järgmiselt slaidilt roosa värv ja tähemärk „Y“**





POHJOLAAL  
TÄRTE KUMIÄL  
2.89

VALGE SOKOLAAD  
MUSTIKKA JA RIISIGA  
2.89



SOKOLAAT  
BITTER 56%  
4.50 €  
8%

SOKOLAAT  
BITTER 70%  
4.50 €  
8%

Kalev  
Bitter 70%  
EXTRA DARK CHOCOLATE  
UTZ

# Tootemaduste kommuniqueerimine, näivomadused ja assotsiatsioonid

Näiteks-

uuringud pakendatud

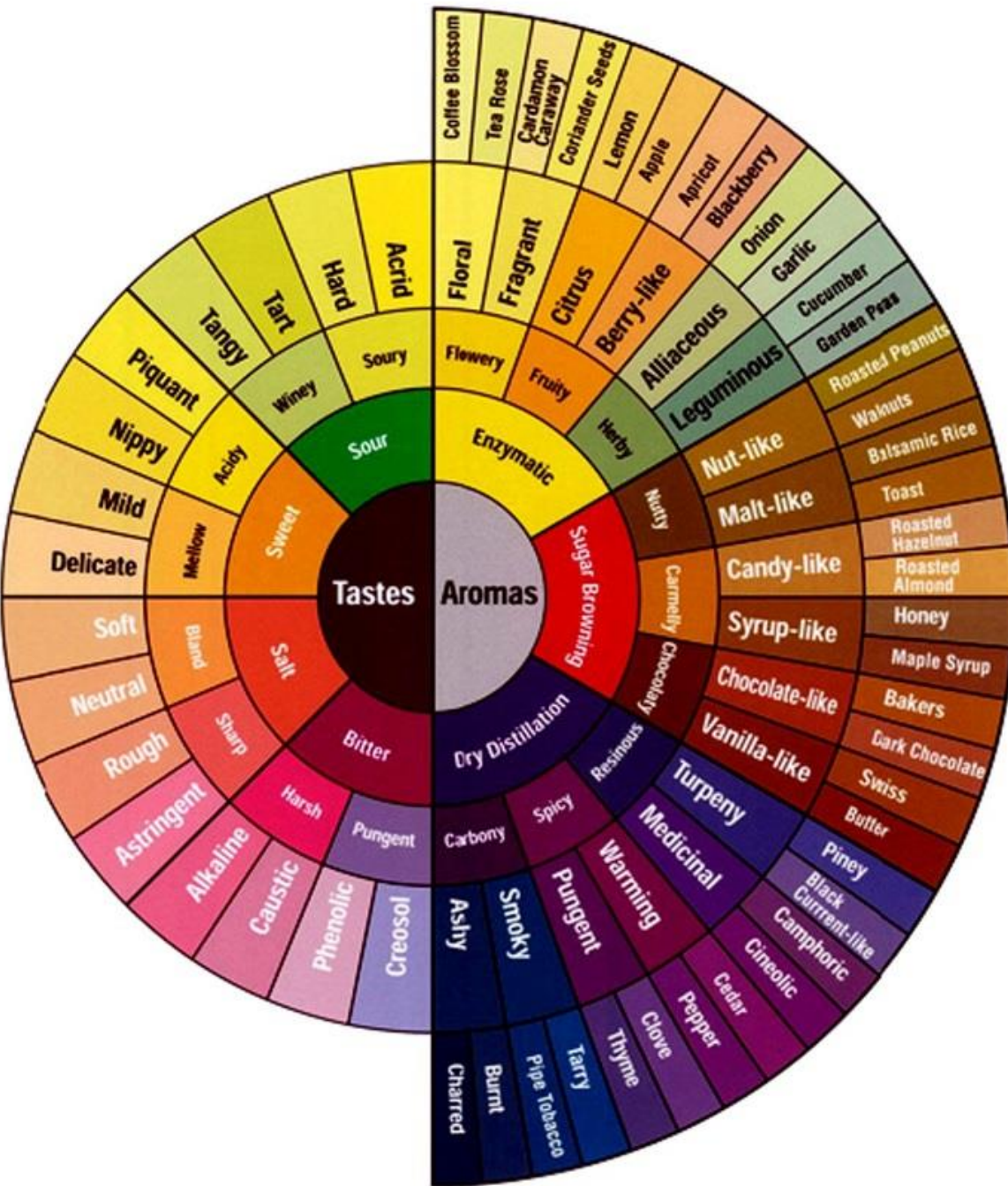
toidukaupade osas näitavad, et

**pakendi põhitoon väljendab**

**peamiselt lõhnaomadusi ...**

(Garber, Hyatt 2003)





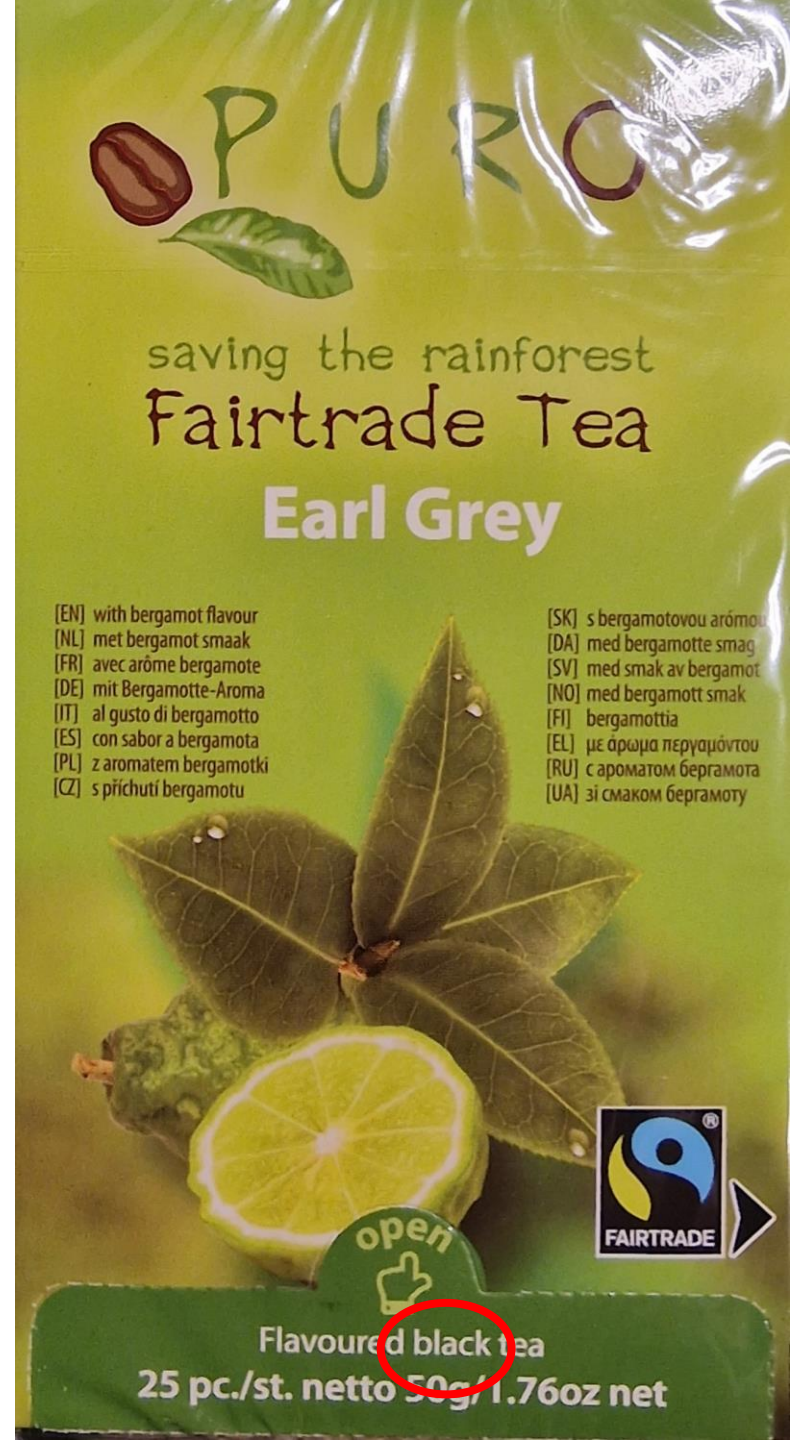
Kuidas värv lõhnab?

Lõhn sageli determineerib maitset.

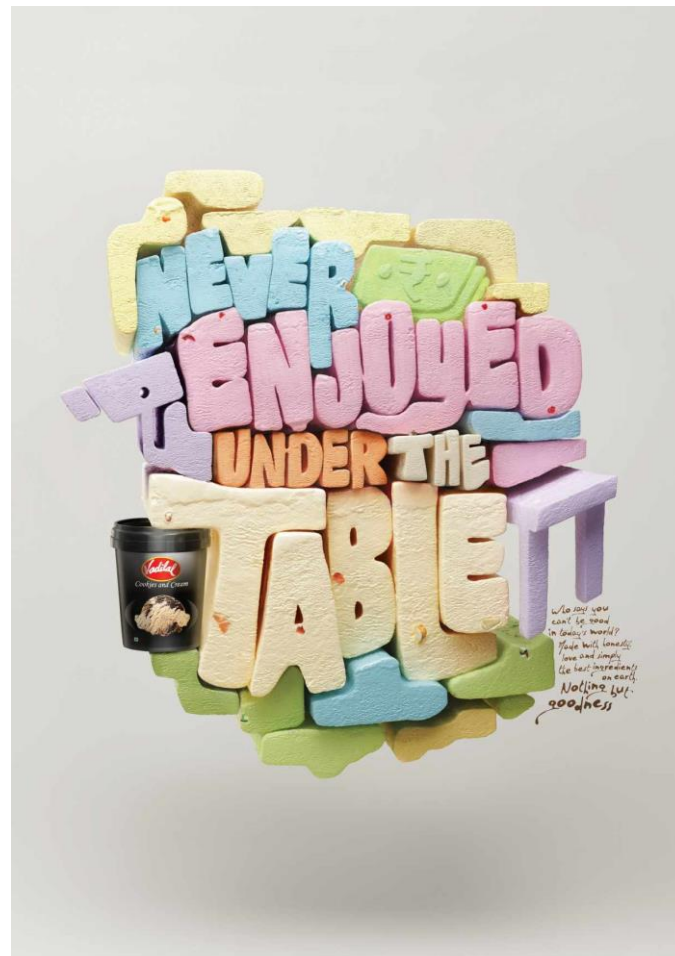
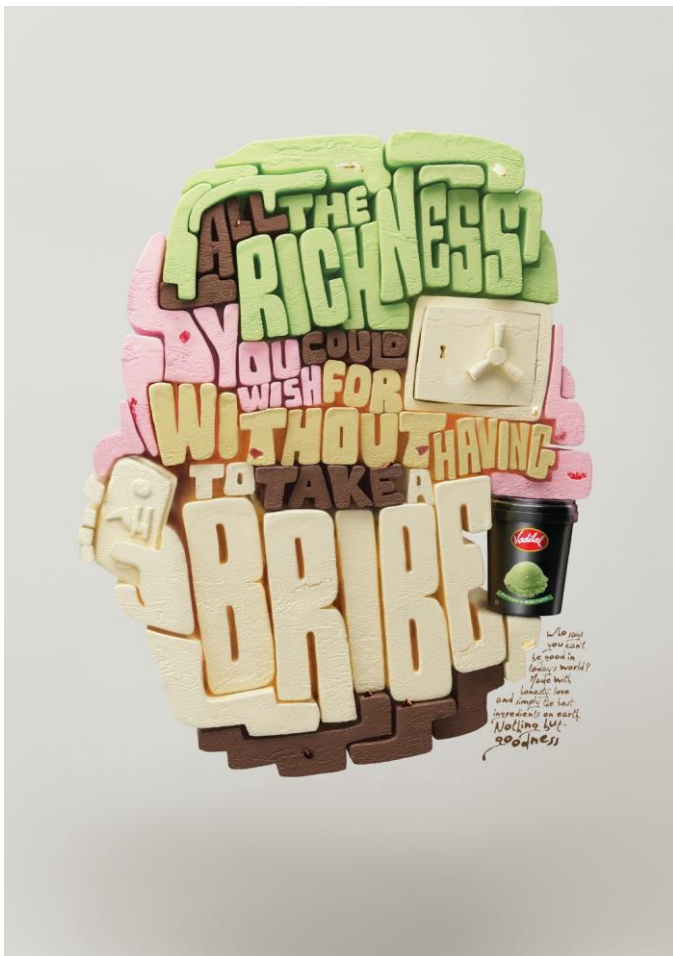
Värv → lõhn → maitse

Millega on tegemist?

Millised on oletatavad tooteomadused?



Värv annab indikatsiooni lõhna- ja maitseomadustest, vorm tekstuurist ...



# Click & Drink

## Uus IMPRESSA C-seeria

Nii väike, et mahub kõikjale, nii lihtne kasutada, et piisab vaid ühest nupuvajutusest, ja nii hea, et rõõmustab ka kõige nõudlikuma kohvinautleja maitsemeeli. Automaatse piimavahustaja abil valmistad lihtsalt ja kiirelt kohvimaailma trendikaid jooke nagu *latte macchiato*, *cappuccino* ja teised. Proovi ise järele – külasta JURA edasimüüjat: Stockmann, Tallinna ja Tartu Kaubamaja, +- Elektroonika ja Euronicsi kauplused.



**Infomelton** Infomelton OÜ Weizenbergi 27 10150 Tallinn 651 885





**RED**

hot  
passion  
Love  
rebellious  
powerful  
sex  
radical  
excited  
bold  
devil


**ORANGE**

warm  
fall  
summer  
retro  
mellow  
solar  
friendly  
rococo  
cottage  
inviting


**YELLOW**

solar  
happy  
cheerful  
summer  
fun  
energetic  
jubilant  
young  
sun  
friendly




**GREEN**

environmental  
money  
natural  
organic  
Profit  
earthy  
grow  
Dublin  
trust  
jealous


**BLUE**

liberal  
cold  
smart  
Progress  
music  
trust  
freedom  
royal  
medicine  
launch



**PURPLE**

royal  
mystical  
victorian  
decadent  
vanity  
romantic  
elegant  
stylish  
sensual  
eclectic


**BROWN**

rustic  
furniture  
fall  
earthy  
cottage  
library  
warm  
romantic  
colonial  
book

**MULTI**


Tugevate brändide ühiseks omaduseks on nende **meeliskus ning emotsionaalsus**, võimekus kutsuda esile meelisi assotsiatsioone.

Üheks tõhusamaks vahendiks sellise toime saavutamiseks on ka **värv**.

**Värv aitab tootemadusi kommunikeerida**

## Tüüpilisi assotsiatsioone, mis mingite värvitoonidega seotult tekivad

- ***punane*** - armastus, viha, kirg, veri, lipp?, agressiivsus, sport
- ***oranž*** - soojus, apelsin, tuli, odavus
- ***kollane*** - päike, võilill, soojus, suvi,
- ***roheline*** - muru, loodus, sõbralikkus, naturaalsus
- ***sinine*** - meri, taevas, külmus, avarus, rahu
- ***violett*** - salapära, luksuslikkus, komplitseeritus

## Värvide näivomadusi (isiksuseomadused!)

- **punane** on tuline, agressiivne, mehelik, jõuline, suur, ohtlik, julge, lärmakas, kiire, ilus, rõõmus;
- **oranž** on soe, hea, lahke, ohutu, ilus;
- **kollane** on hea, lahke, hele, soe, ilus, rõõmus, sile, kirgas, emalik;
- **roheline** on hea, lahke, ohutu, ilus;
- **sinine** on hea, suur, tugev, külm, vaikiv, mehelik;
- **violett** on keeruline.

Esitatud on need epiteedid, mille pakutud sobivus värviga on üle 70%.

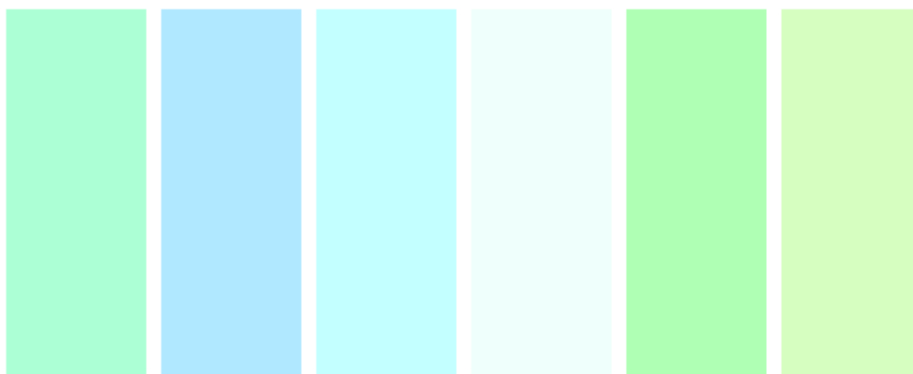
## Külm-soe kontrast - *Cold-Warm Contrast*

- külm-soe
- varjuline-päikseline
- läbipaistev-läbipaistmatu
- rahustav-erutav
- õhuke-tihe
- kerge-raske
- kauge-lähedane
- niiske-kuiv



## Värskust saab piimapakile

- värviskeemi toel
- materjali toel - st kui külm tundub pakk?
- kujundusest nt veepiisad





MEEL, MANDLID  
ME ŠOKOLAAD –  
ALNE KOLMKÕLA

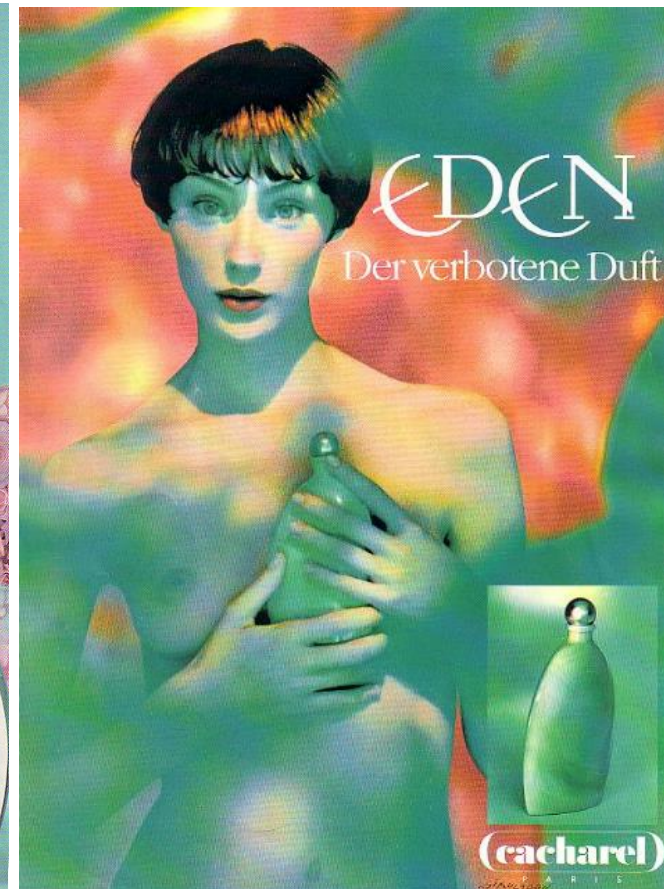
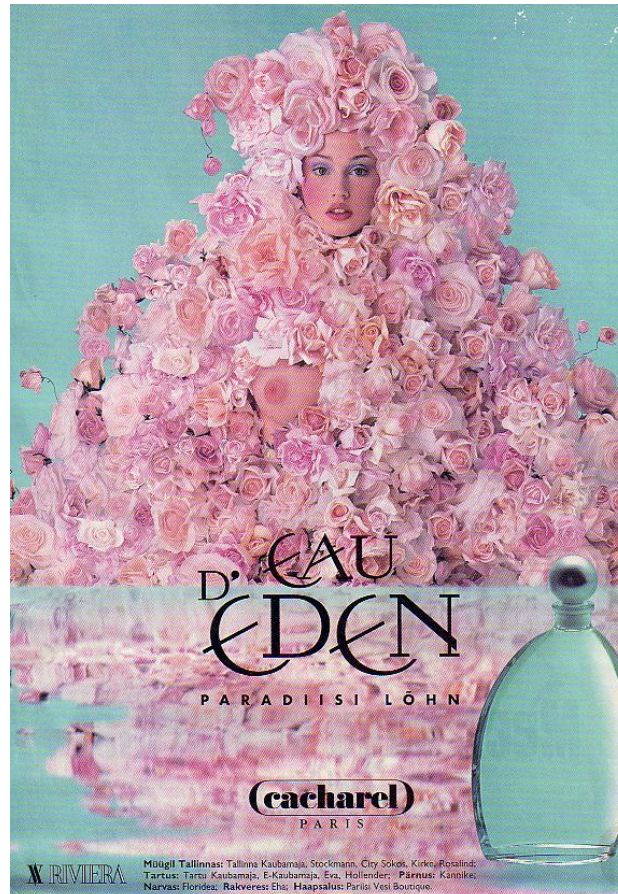
STE THE DIFFERENCE.





Mis maitse on?

# Värv annab indikatsiooni lõhnaomadustest





- **Väärtuste ja ideoloogia kommuniqueerimine**

Mis on **täna** need sõnumid, mida ühiskond ootab, aktsepteerib, vajab?

Nende seas on ilmselt

- keskkonnahoidlikkus (tootmise iseärasused, materjal, kujundus, ...)
- taaskasutus ja multifunktsionaalsus
- tervislikkus
- sõjaga seotud sõnumid (nt toetus Ukrainale, ...)
- *midagi veel?*



<https://lounaeestlane.ee/keskkonnasobralikum-pakend-pani-inimesed-muhinal-hakkliha-sooma/>





Natural & Organic Awards  
Winning 2018

Best New Eco / Natural Living Product

SAFE Cleaning POWER!

Mulieres

NATURAL LAUNDRY WASH ROSE GARDEN  
Made with organic olive oil 1.5L

28 WASHES

LE NIETE  
99

ODUSLIK  
PESUGEEL "ROOSIAEL"  
MULIERES  
1.5L  
13

# Barilla removed their plastic window



BEFORE



AFTER





Misfit History

· 5 tundi · Muudetud ·

For families who were scraping every penny on the 1930s and 1940s, Sunbonnet Sue also made flour sacks with teddy bear and bunny patterns to be made by the purchaser into new stuffed animals for their children. Humanity passing kindness forward. It's the very best.

For more don't forget to follow us on Instagram @misfithistory

👍❤️😲 3,3 tuh

61 kommentaari  
1,1 tuh jagamist

👍 Meeldib    💬 Kommenteeri    ➦ Jaga    👤

Asjakohaseimad ▾



**Peggy Boudinot Bourgeois** Yes, my mom and grandmother made plenty of toys and dresses with these feed sacks

Meeldib · Vasta · 28 min



**Melba Sears Wood** Some of my clothes originally had chicken feed or flour in them. My Mom was a good seamstress, and she used the sacks to make clothes



Kirjuta kommentaar...





# Sihtrühma kõnetamine

- Vajaduspõhine kõnetamine
- Soopõhine kõnetamine
- Vanusepõhine kõnetamine
- Väärtus- ja ilmavaatepõhine kõnetamine





**Kõik suurepärased pakendikujundused räägivad huvitava loo.**

<https://www.ecolean.com/news-in-the-industry/the-ultimate-milk-pack-design/>

Lars G. Wallentin



## **Puhas esteetika**

Pakend kui iseseisev väärtus (esteetilisus, kolleksioneeritavus, unikaalsus, innovatiivsus, ...)



Pentawards  
2017







Unboxing a 3-in-1  
Linenbundle duvet ☁️

Unboxing a 3-in-1  
Linenbundle duvet





Home



Friends



Watch

9+



Marketplace



Notification

5







Or strip back for the  
summer



Home



Friends



Watch



Marketplace



Notification

For coziness all  
year round



## Multisensoorsus

**Sensoorse turunduse mudel rõhutab sensorsete kogemuste rolli inimese hinnangul ja otsuste tegemisel, mis põhinevad inimese viiel meelel.**

### ***Embodiment-***

*a tangible or visible form of an idea, quality, or feeling, the representation or expression of something in a tangible or visible form.*

**Idee, tunde, tähenduse, kujutluse ülekandmine käegakatsutavasse/selgelt tajutavasse v kogetavasse vormi.**



CARAMEL



RASPBERRY



PISTACHIO



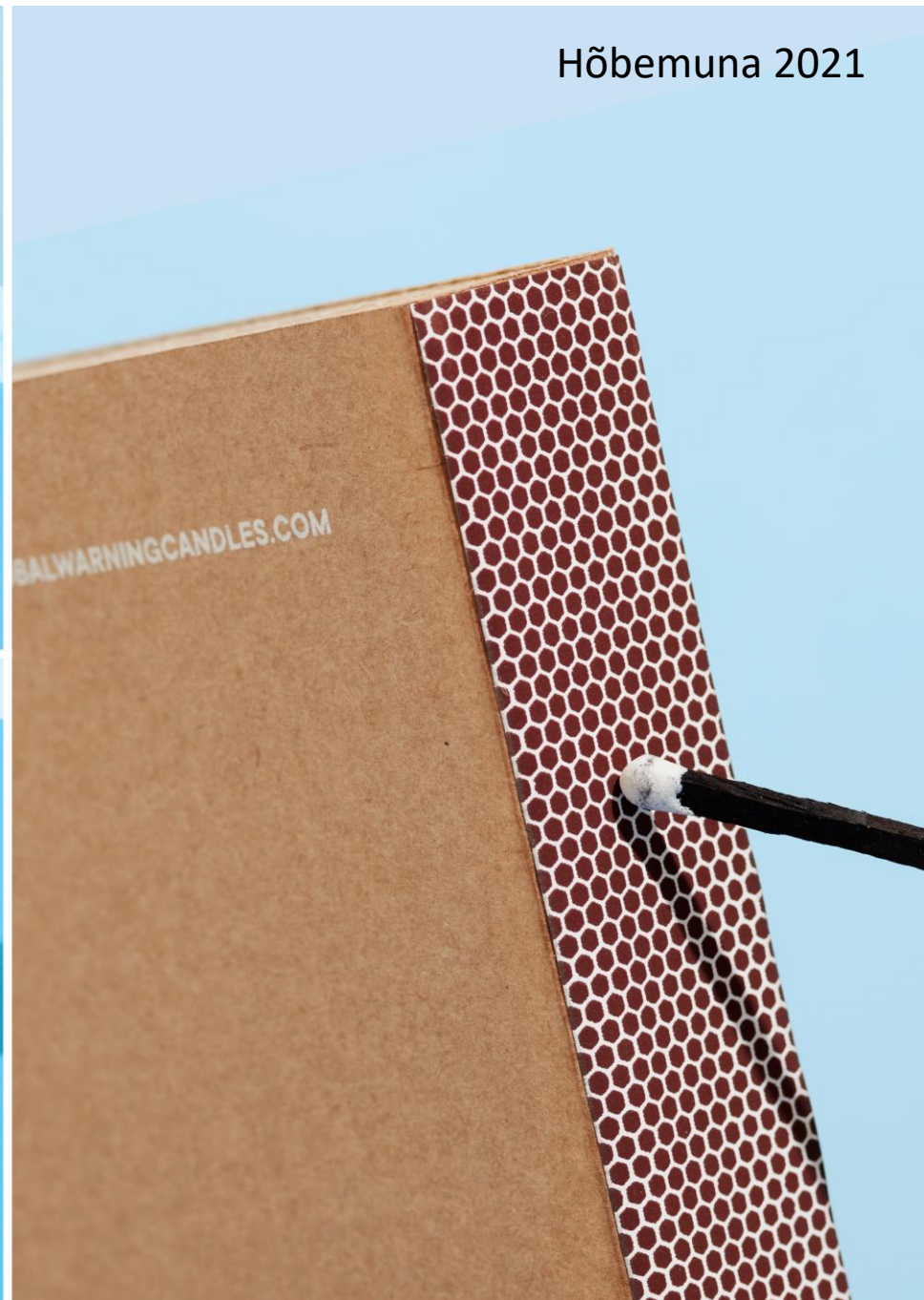
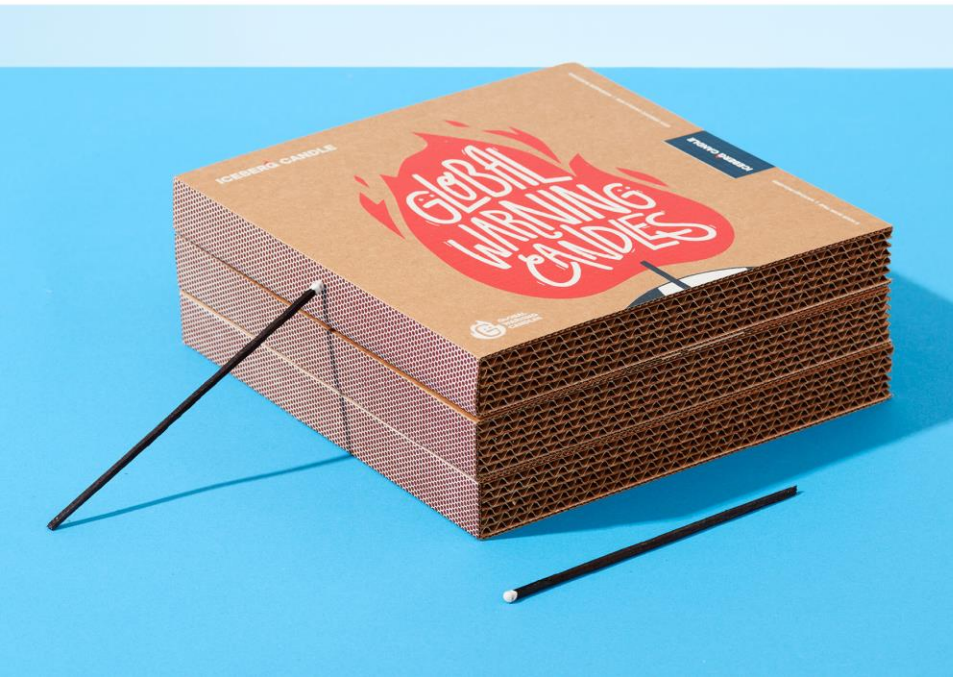




Kuldmuna 2022

Kids' Tactical Foodpack





## Oh dang, everything's on fire

Global Warning Candles aim to remind us of the burning issues in a gentle way. Everything is on fire, and we're not super happy about it. The things we do in our daily lives affect the global climate. The least we can do is cut back on the electric lights and burn a candle instead. Or better yet, don't burn it and keep it as a memento on the mantelpiece.



## Handmade in Estonia

Global Warning Candles are handmade in Estonia - a small country in Northern Europe. We used to have 4 seasons here. A glorious winter, hopeful spring, brief but beautiful summer and a vibrant autumn. As a result of climate change the seasons are blending into a single muddy muck. Up here we notice changes sooner and we have to spread the word.



## Organic and sustainable

Global Warning Candles are as natural as they come. We use organic, renewable resources - 100% pure candle wax to make the candles. The organic wax burns bright and melts fast - much like the glaciers. It leaves behind plenty of residue. We encourage you to be crafty. Reuse leftovers to make your own candles.

THE EARTH CALLED. WANTED TO SAY THANKS.

use these ceremonial lighting sticks

In case of muddy severe courses shortage



GLOBAL WARNING CANDLES

USE: Place candle on a large non-flammable holder. Make sure it has room to melt. Organic wax leaves plenty of residue. Leftovers can be used to make your own candle. The Global Warning Candle burns with a mighty flame. Don't leave it unattended. Place it away from anything flammable. Once burning, keep it stationary. Fully extinguish the flame when done.



