Pengemasan Produk

Gula Semut

Pengemasan

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk **ditransportasikan**, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai.

Tujuan utama pemberian kemasan pada produk adalah untuk melindungi dan mencegah kerusakan terhadap apa yang dijual industri. Namun, kemasan juga bisa menjadi sarana informasi dan pemasaran yang baik dengan membuat desain kemasan yang kreatif sehingga lebih menarik dan mudah diingat konsumen.

Fungsi Kemasan

- Menurut Simamora ada dua fungsi kemasan yang diberikan kepada suatu produk, yaitu fungsi protektif dan fungsi promosional.

Produk desa

RIZOLINA

KRIPIK SINGKONG MANIS
Komposisi :
Singkong
Gula
Garam
Cap
LUMBA - LUMBA
Buah Ketrampilan

Produk pabrik/kota

Kemasan Gula

FOOD Channel
BROWN SUGAR
FOOD Channel
BROWN SUGAR
FOOD Channel
BROWN SUGAR

Luce Coffee
ORGANIC
COCONUT
SUGAR
Low Glycemic Index For Sweetener

Zalac
Gula
Semut
BEST QUALITY
Diproduksi Oleh :
GENDIS AGUNG, Srumbung - Magelang
Didistribusikan Oleh :
CV ZALAC FOOD INDONESIA, Sleman - Yogyakarta
Netto : 200 Gr

FOOD
Channel
BROWN
SUGAR

Membangun Brand dengan Kemasan

Bicara soal bisnis, kita tidak akan lepas dari persaingan. Berbisnis apa saja pasti memiliki pesaing. Bisa dipastikan tidak ada satu produkpun yang benar-benar tidak ada saingannya. Bersaing dengan cara biasa saja, tidak akan banyak membantu kita. Apalagi kalo temen-temen memilih bersaing dengan strategi perang harga. Atau memilih strategi dengan harga murah. Bisa dipastikan kita tidak akan pernah menang dibandingkan dengan produk pesaing kita, terutama produk China. Bagaimana cara agar kita bisa menang? Salah satu jawabannya adalah dengan membangun brand produk

1

Tentukan target konsumen

Mengenal siapa mereka, kebutuhannya apa, dll. Kita mesti mengenal calon konsumen kita. Target konsumen bisa berdasarkan gender, usia, kesukaan warna, hobi dan lain-lain

Selain itu kita juga harus mengenal siapa kompetitor kita, apa kelebihannya dan apa kelebihan kita. Kita harus mempunyai kelebihan yang otentik untuk strategi branding

2

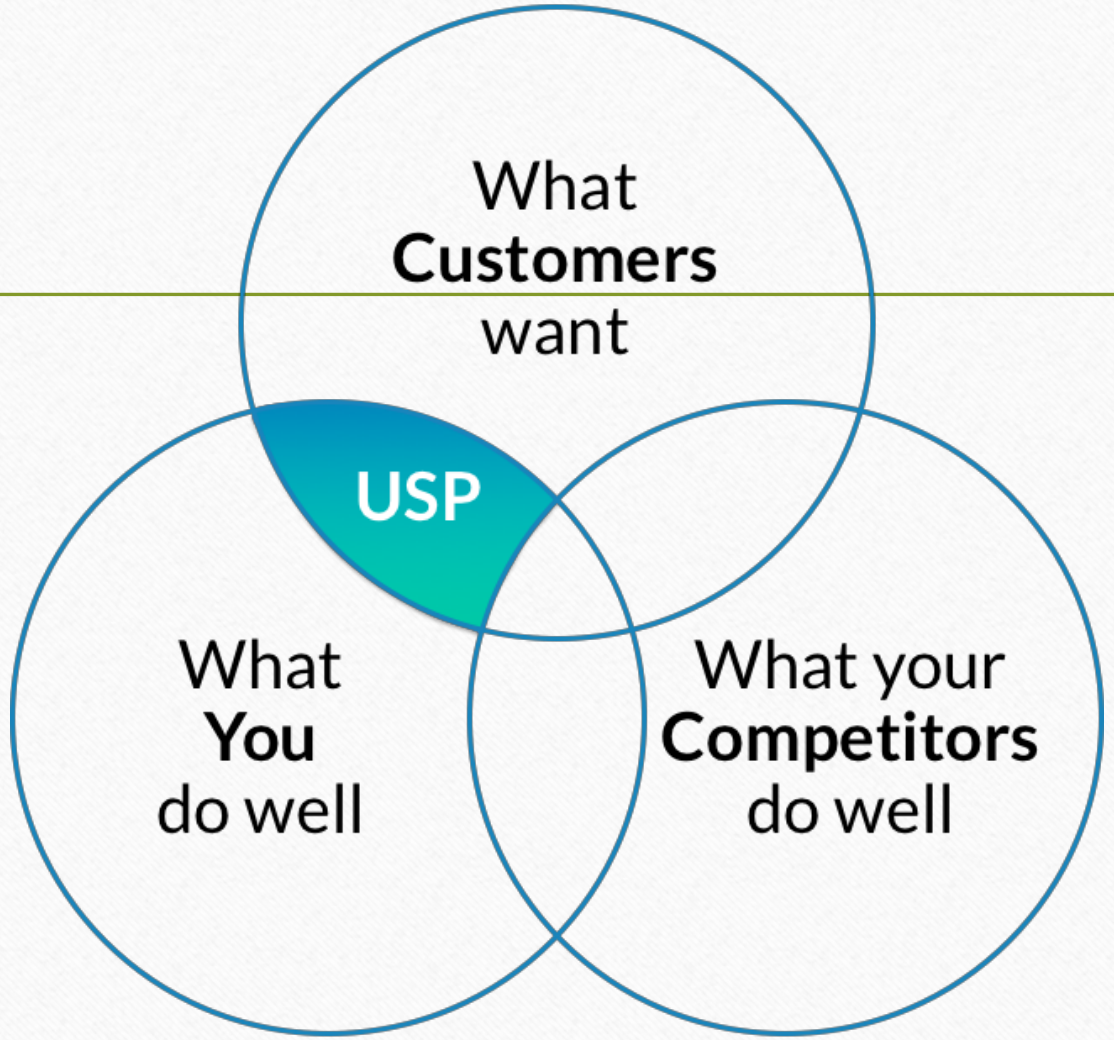
Mengenal siapa kompetitor

- Bagaimana produksnya
- apa kelebihannya
- dan apa kelebihan kita. Kita harus mempunyai kelebihan yang otentik untuk strategi branding

3 Bangun Uniq Selling Proposition (USP)

- USP adalah hal yang membedakan produk atau jasa anda dari para pesaing lainnya, hal ini menjadikan anda spesial
- Mendorong nilai kelebihan produk kita menjadi unik

  Kunci utama untuk mendorong pelanggan anda membeli jasa atau produk yang anda tawarkan adalah dengan menawarkan keuntungan melebihi apa yang ditawarkan oleh pesaing anda. Cantumkan dalam kalimat yang mudah dimengerti, pendek dan unik


What
Customers
want
USP
What
You
do well
What your
Competitors
do well

4

Rumuskan Persepsi Brand

- Persepsi ditanamkan ke konsumen secara terus menerus

PRIA
PUNYA
SELERA

5

Membuat Identitas produk

- Nama
- Desain logo
- Tagline
- Desain kemasan (tergantung budget)

INFORMASI DALAM LABEL KEMASAN

6

Brand experiences

- Brand harus mampu memberikan pengalaman menarik saat pertamakali konsumen berinteraksi dengan produk
- Pengalaman kesan tertentu sehingga mau menceritakan ke orang lain

7

Bangun strategi komunikasi yang baik

- Otak bawah sadarnya memanggil brand
- Strateginya buat konten video, foto, tulisan
- Misal gula berisi nilai tentang hidup sehat
- Contoh bagaimana apple menjadi brand ekslusif

BRAND
COMMUNICATION
Ahmad Fadli - Cilacap