



Embalaža kot dodana vrednost za čebelarja

Embalaža ima poleg zaščite živila tudi estetski in informacijski pomen. S teh dveh vidikov je pomembno, da embalaža kupcu pusti pozitiven prvi vtis, saj je sredstvo za sporazumevanje med proizvajalcem in potrošnikom. Je tudi motivator nakupa izdelka in predstavlja ime proizvajalca, hkrati pa je ogledalo podatkov o vsebini, kakovosti in lastnosti izdelka. Pri kozarcu za med ima embalaža še poseben pomen, saj lahko vpliva na prepoznavnost medu slovenskega porekla.

Mojca Pibernik, svetovalka specialistka za ekonomiko čebelarjenja (mojca.pibernik@czs.si)



blika in barva embalaže lahko potrošnika spodbudita k nakupu izdelka, saj se potrošniki običajno odločajo za izdelek, ki na polici izstopa, kar lahko dosežemo z dovršenim oblikovanjem in privlačnimi barvami. Lahko pa na izstopanje vpliva tudi posebna oblika, ki je splošno prepoznavna. Zaščiten kozarec za med že na prvi pogled loči med slovenskega porekla od uvoženega. Vanj se sme točiti le med, pridelan v Sloveniji zaradi česar se bo potrošnik hitreje odločil za nakup, saj po 15 letih rabe na trgu, kupci kozarec prepoznajo kot embalažo v kateri je med slovenskega izvora. Prav tako je med v tovrstnih kozarcih podvržen internemu nadzoru, kar kupcu zagotavlja, da je kupil izdelek domačega porekla in mu daje tudi občutek varnosti. To dodano vrednost pa imajo tudi prelepke za med z zaščiteno geografsko oznako in zaščiteno označbo porekla, ki vključujejo znak kakovosti in označujejo med, vključen v sheme kakovosti. Raziskave so namreč pokazale, da je kakovost za kupca pomembnejša od cene.

Kakovosten izdelek si zasluži privlačno embalažo

Pravilna izbira embalaže je lahko dodana vrednost izdelka, ki ga prodajamo. Med slovenskih čebelarjev ter drugi čebelji pridelki so zagotovo kakovostni pridelki, ki si zaslužijo privlačno embalažo. Potrošnik je za tovrsten pridelek pripravljen odšteti višji znesek, saj med

v kozarcu za med slovenskega porekla, prepozna kot visoko kakovosten izdelek.

Konkurenčnejši nastop na trgu

Če čebelar med prodaja v zaščitenem kozarcu, potrošnikom sporoča, da se zaveda pomembnosti embalaže in da je predan kakovosti ter poreklu svojega medu. Prav tako je pomemben vizualen nastop na trgu, saj je zaščiten kozarec estetsko privlačnejši od plastične in druge steklene embalaže, zato se bo potrošnik zanj lažje odločil. Trajnostno naravnani potrošnik in potrošnik, ki daje večji poudarek na poreklo in kakovost, s tem prepozna med slovenskega izvora v estetsko dovršeni embalaži in se tako lažje odloči za nakup.

Najpogosteje se med prodaja v 900-gramskih kozarcih, vendar pa lahko med prodajamo tudi v manjših kozarcih. Po mnenju Briana Wansinka, ki je raziskoval vedenje potrošnikov, ljudje izdelke v embalaži z manjšo količino podzavestno ocenjujemo kot več vredne od izdelkov v večjih embalažah, zaradi česar smo zanje pripravljeni odšteti več. Poleg stalne ponudbe medu v 900-gramskih kozarcih, lahko čebelar ponudi med v kozarcih za 450 g in 250 g, v razvoju pa je tudi 700-g kozarec za med slovenskega porekla. S tem lahko čebelar dvigne višino svojega prihodka, saj enako količino medu proda po višji ceni. Če svoj med ozaljša z izstopajočo nalepko za med, lahko svoj izdelek loči od ostalih in tako hitreje pritegne kupca.

Darilna embalaža

Manjša embalaža je zaradi ličnosti in priročnosti primerna za darilno ponudbo s katero lahko pritegnemo marsikaterega kupca. S tem se bo razširil krog potrošnikov, ki bodo izdelke kupovali, saj so med in ostali čebelji pridelki lahko primerno darilo tako za družinske člane, prijatelje in poslovne partnerje. Ko gre za darila, ima embalaža še posebej velik pomen, saj izdelku daje dodano vrednost s privlačnejšim izgledom in večjo dovršenostjo izdelka. Če smo vsaj malo izvirni pri izdelavi darilne embalaže, lahko za majhen vložek



iztržimo mnogo več, kot bi iztržili sicer. Tipičen primer dobre prakse je prodaja medu v kompletu z ostalimi čebeljimi pridelki in izdelki kot so cvetni prah, propolis, medeno žganje ali pa izdelki lokalnih proizvajalcev kot so recimo zeliščarji, ekološki kmetje, izdelovalci domače kozmetike in drugi lokalni podjetniki. Tako paketek lahko vsebuje med in domači čaj ali pa zeliščno mazilo, naravno milo, izdelke za nego kože oziroma katerikoli izdelek, ki ga ponuja lokalni trg. Pripravimo lahko tudi darilni paketek več vrst medu v manjši embalaži ali pa pripravimo medeno košarico, kamor vložimo več vrst čebeljih pridelkov.



Primer darilne embalaže

Katero vrsto darilne embalaže izbrati

Med in drugi čebelji pridelki so naraven izdelek, ki se bo tudi najbolje prodajal v embalaži naravnega videza. Tako je še posebej primerno, da izbiramo kartonasto ali leseno embalažo, ki deluje naravno in je trajnostno naravnana. Pomembno je, da izbiramo oblike, ki so preproste in hkrati nosijo sporočilo za uporabnika, prav tako je priporočljivo, da je potisk preprost, kot tudi oblika pisave. Če bosta embalaža in etiketa prijetnega videza, bo potrošnik za izdelke pripravljen odšteti več, sami izdelki pa se bodo tudi lažje prodali.

Pomembno je, kako zapakiramo svoje izdelke

Ko se odločamo, kam bomo svoje izdelke in pridelke zapakirali, je zelo pomembno, za kaj se odločimo, saj s tem lahko vplivamo na nakupno odločitev potrošnika. Privlačnost in estetski videz embalaže bosta hitreje pritegnila potrošnika, prav tako je pomembno, da potrošnik povezuje embalažo s kakovostjo in izvorom izdelka, kot je to primer pri kozarcu za med slovenskega porekla. Zaupanje potrošnika bo omogočilo, da se bo za nakup vračal in izdelke priporočil svojemu krogu poznanstev, kar pomeni, da se bo povečala prepoznavnost naše znamke na trgu in posledično povečala prodaja.

Več o embalaži na sejmu Agra

Letošnji strokovni del sejma Agra, ki bo potekal 27. avgusta v Gornji Radgoni, bo obarvan s tematiko embalaže in njenega pomena za potrošnika. Razprava bo vključevala predstavnike stroke trženja in tržnega komuniciranja, proizvajalce embalaže, idejne snovalce zaščitene kozarca za med in koordinatorko projekta promocije medu iz EU shem kakovosti. Slovenski med z geografsko označbo. Javnosti si želimo predstaviti pomen, ki ga nosi embalaža za potrošnika in kaj vpliva na nakupno odločitev posameznika. Prav tako bomo predstavili 700-g kozarec za med, novost na našem tržišču. 

Viri:

Kolarič, V. (2019): *Vpliv grafične podobe embalaže na potrošnika*, diplomsko delo.

Lah, K. (2016): *Vpliv trajnostnih vidikov embalaže na nakupne odločitve potrošnikov*, diplomsko delo.

Wansink, B. (2010): *Mindless eating: Why we eat more than we think*.

