

Элементы психологического воздействия упаковки на потребителя

Выполнила Пухова Ирина
124 группа

если слово расположено по восходящей линии, то оно воспринимается позитивно, как нечто связанное с восхождением, улучшением.

ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫЙ ТОВАР





-Важная информация, которая должна дойти до потребителя, вовсе не должна быть крупной или написанной многократно, достаточно использовать некоторые графические приемы: например она может быть отражена в круге.

- Эта фигура является визуальным центром, воспринимается всеми позитивно, как нечто радостное и легкое. И информация обязательно будет прочитана, только информации не должно быть слишком много



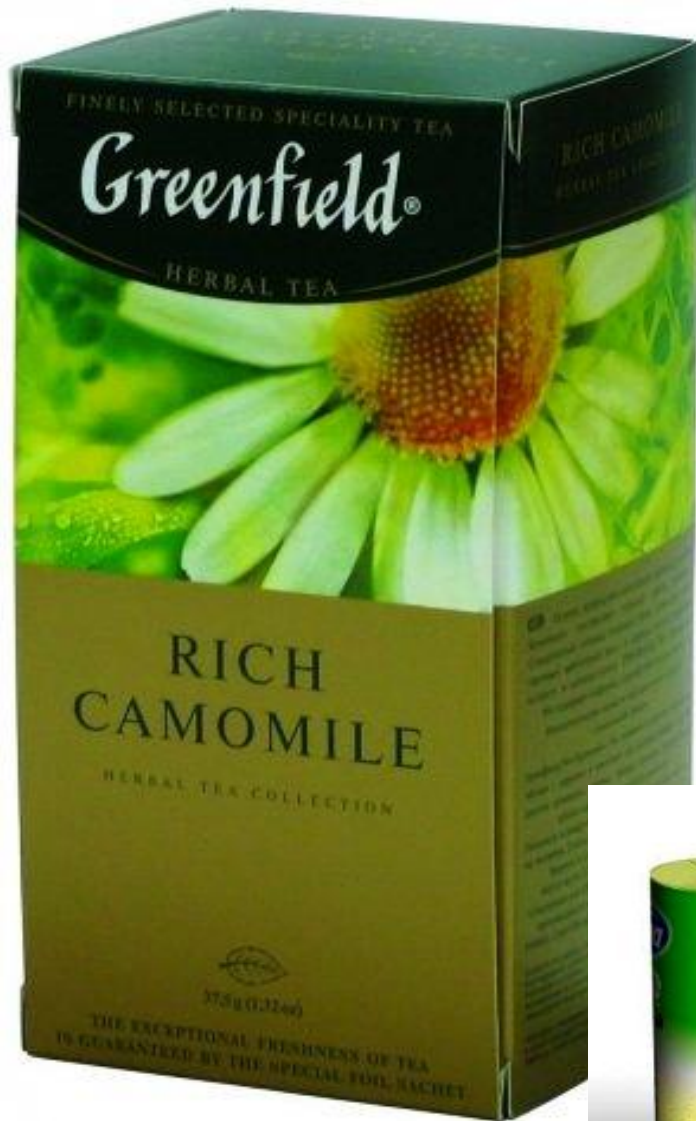


«Солнце» или «ромашка»

-Фигура ассоциируется с визуальным центром, теплом, радостью.

-Лучики, расположенные по кругу с необходимой информацией, будут прочитаны и вызовут при этом теплые доверительные эмоции, при этом сам круг желательно не обозначать.





Закономерности влияния символов (образов) на восприятие человека

Дуб (дерево) – сила, долголетие, надежность, основательность, верность, последовательность.









Яблоко – целостность, земные желания, потворство желаниям.





ПН 15

Масса:
нетто 60 г.

Изготовитель:
ЧП Меджидов Т.А.
Россия, РД,
г. Махачкала,
ул. М. Гаджиева, 73

ОСТ 15-136-97



Пищевая
ценность на 100 г.
продукта: жир - 19,5 г.,
белок - 17,7 г.
Энергетическая
ценность - 242 ккал.
Срок хранения
продукции при t от
0 до -8°C не более
30 суток с даты
изготовления
Дата изготовления:

КИЛЬКА
ХОЛОДНОГО КОПЧЕНИЯ

Ассоциативное отношение к цифрам и оценочным шкалам

5 - ассоциируется у российского потребителя с оценкой «отлично», но в Европе такой ассоциации уже не возникает, так как у них другая система оценочных шкал

7 - считается магическим числом удачи

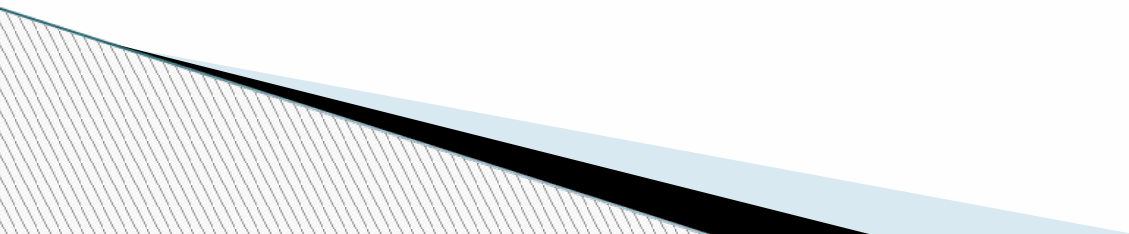
12 – дюжина (много)

1.000.000 – символ успешности, богатства

13 – символ неудачи, дьявольское число

100 – много

36.6 – норма











Спасибо за внимание!

