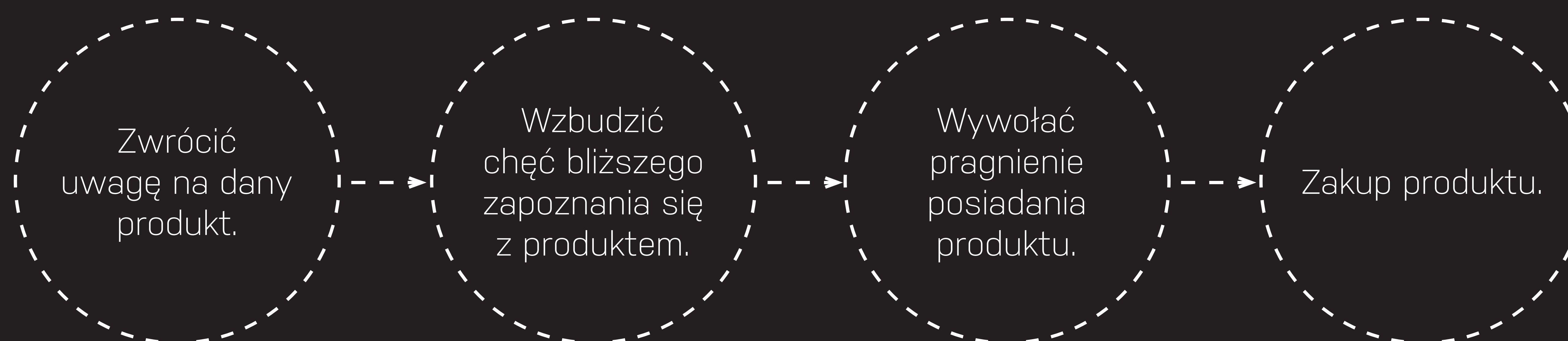


MARKETING

Średnio jedną piątą wszystkich wydatków Czesi przeznaczają na artykuły spożywcze. Najpierw muszą jednak dokonać wyboru tych artykułów spośród wielu innych, co stanowi w zachodnim konsumpcyjnym społeczeństwie niełatwe zadanie, gdyż podaż wielokrotnie przewyższa popyt. Z tego względu producenci starają się "narzucić" konsumentom swoje produkty. W tym celu stosują marketing, czyli procedury mające na celu rozpoznanie potrzeb i pragnień klientów w celu zwiększenia popytu na dane produkty.

JAK DZIAŁA PROMOCJA MARKETINGOWA?



OPAKOWANIE A „MOWA” KOLORÓW

Opakowanie pełni ważną rolę w sprzedaży artykułów spożywczych, ponieważ ma za zadanie przyciągnąć klienta i przekonać go do zakupu konkretnego produktu. Najbardziej rzucającym się w oczy elementem opakowania jest kolor, klient dostrzega go wcześniej niż sam produkt. Każdy kolor wywołuje określoną emocję. Uważa się, że kolory wpływają na 62-90% ludzkich opinii.



CZERWONY

Skojarzenia:

Podniecenie, energia, pasja, złość, szybkość, niebezpieczeństwo



POMARAŃCZOWY

Skojarzenia:

Entuzjazm, energia, lato, przyjaźń, zabawa, retro



RÓŻOWY

Skojarzenia:

Czułość, miłość, delikatność, kobiecość, czar



NIEBIESKI

Skojarzenia:

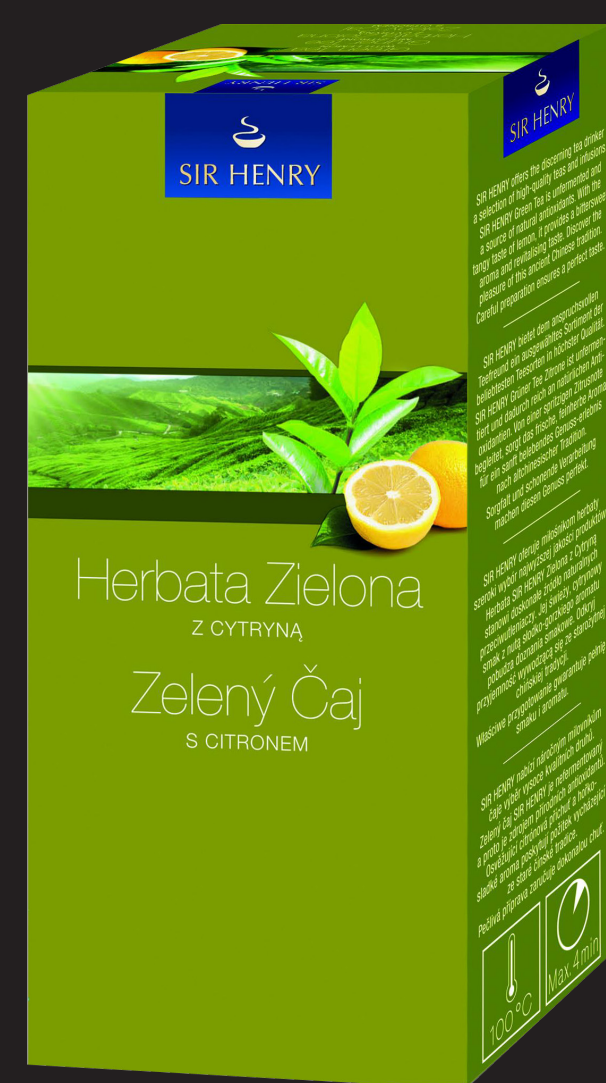
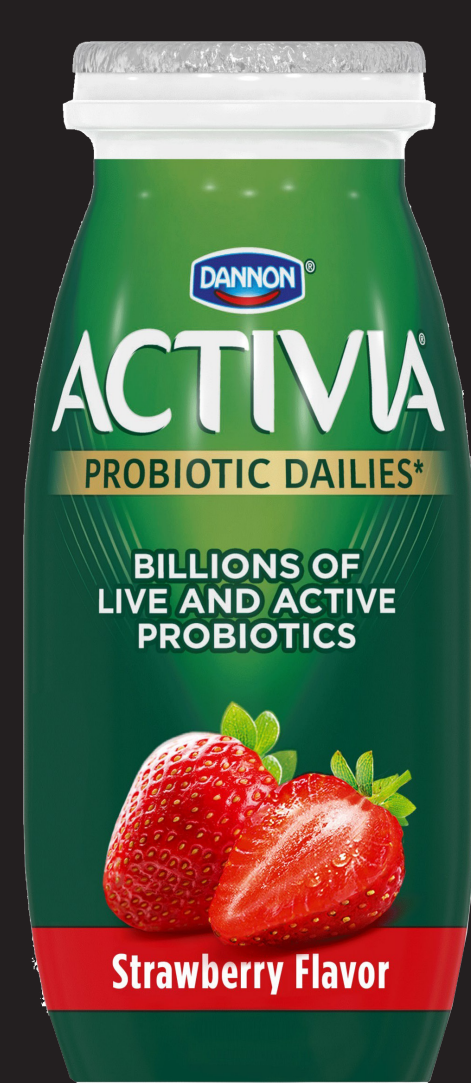
Spokój, zaufanie, bezpieczeństwo, racjonalność, pokój, zima



FIOLETOWY

Skojarzenia:

Delikatność, mądrość, mistycyzm,
bogactwo, kobiecość



ZIELONY

Skojarzenia:

Natura, spokój wewnętrzny,
nadzieja, szczerłość, zdrowie,
pieniądze, wiosna



ŽÓŁTY

Skojarzenia:

Energia, entuzjazm, optymizm,
uznanie, radość



ZŁOTY

Skojarzenia:

Luksus, bogactwo,
ekstrawagancja, mądrość,
wyjątkowość



BRAZOWY

Skojarzenia:

Niezawodność, natura,
bezpieczeństwo, płodność,
elegancja, jesień



BIAŁY

Skojarzenia:

Czystość, wiara, przestrzeń,
luksus, zrozumienie



CZARNY

Skojarzenia:

Siła, elegancja, luksus, męskość,
pewność siebie...