

# IZVORKA JURIĆ

Dizajn ambalaže  
i isticanje proizvoda na polici

Packaging Design  
and highlighting the product  
on the shelf



Bez dizajna pakiranja  
nema proizvoda.

No packaging design,  
no product.

Dizajnom ambalaže postavljamo:

- > funkciju (definicija proizvoda, produkt dizajn, ergonomija...)
- > komunikaciju (poruka, pozicioniranje, snaga robne marka...)

Packaging design resolve:

- > Function (product definition, product design, ergonomics ...)
- > Communication (message, positioning, branding...)

Dizajn je potrebno uključiti  
u fazi razvoja proizvoda.

The design should be included  
in the product development phase.

Dizajn nije samo estetika,  
dizajn je strateški alat razvoja proizvoda.

Design is not just esthetics,  
design is a strategic tool for product development.







Brachia | Maslina

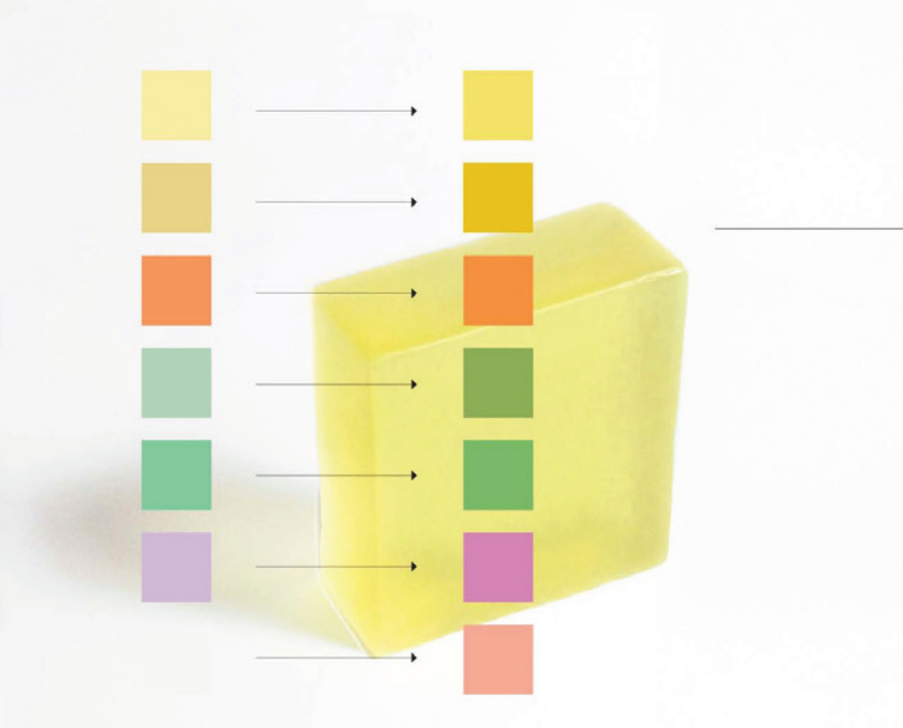
**Brachia**  
premium maslinovo ulje  
bračkih maslinika

ekstra djevičansko maslinovo ulje  
extra virgin olive oil  
Product of Croatia



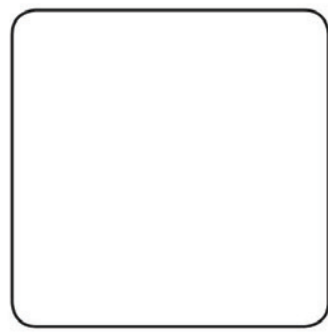






sapunu korigirati oblik tako da fronta proizvoda ima oblik kvadrata

+ ako je moguće izrađivati sapune iz kalupa > zaobliti rubove i utisnuti monogram robne marke (AM)



zadržati staklenu bočica za soli za kupanje i za mirisna ulja s odabrati što sličniju s kvadratnim presjekom, ali drugom širinom grla (manja širina, pogodna za tekućinu)

baze u obliku kocke ili pravokutna, ovisno o dobavljalivosti i cijeni



+ pluteni zatvarač (kao kod soli) ili srebrni metalni zatvarač na navoj s podignutim donjim dijelom, ovisno o dobavljalivosti bočica

Za 90% proizvoda na tržištu  
ambalaža je jedino sredstvo komunikacije.

For 90% of products on the market  
packaging is the only means of communication.

> utjecaj ambalaže na odluku o kupnji značajno se povećava

> raste sklonost potrošača prema promjenama / eksperimentiranju

> the impact of packaging on the decision to purchase a product is significantly increased

> tendency of consumers to change their habits is growing / they experiment



Koja su očekivanja  
današnjeg konzumenta?

What are the expectations  
of today's consumers?

- > visoki zahtjevi kvalitete proizvoda, ambalaže i trajnosti proizvoda
- > ambalaža s dizajn inovacijom: funkcionalnom, tehnološkom, komunikacijskom...
- > high quality requirements for product, packaging and product life
- > packaging with design Innovation: functional, technological, communications...

Razvoj funkcionalnih pakiranja  
u stalnom je porastu.

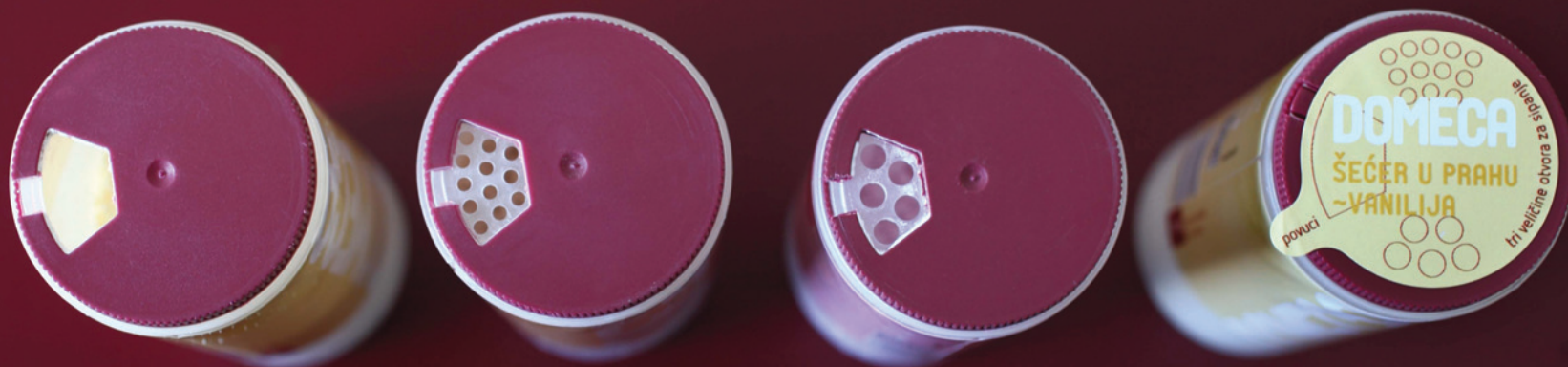
The development of functional packaging  
is steadily increasing.

- > unapređenje upotrebe proizvoda (easy to use packaging)
- > unapređenje pakiranja proizvoda koji se konzumiraju u pokretu (on-the-go packaging)
  
- > improving the use of the product (easy to use packaging)
- > improvement of products that are consumed on the move (on-the-go packaging)



DOMECA | šećeri u prahu, soda bikarbona i limunska kiselina





DOMECA | šećeri u prahu, soda bikarbona i limunska kiselina



Praktično pakiranje  
za lakše doziranje

**DOMECA**

ŠEĆER  
U PRAHU  
Neto: 100 g

**DOMECA**  
ŠEĆER  
U PRAHU  
Neto: 100 g



Personalizirana pakiranja otvaraju  
nove mogućnosti komunikacije s korisnicima.

Personalised packaging opens new possibilities  
of communication with customers.

- > globalni primjeri poput Coca-Cola ili Absolut vodke / hrvatski primjeri Jana ili Dorina
- > povezivanje putem društvenih mreža ili mobilnih aplikacija

- > global examples such as Coca-Cola or Absolut vodka / Croatian examples Jana or Dorina
- > connecting via social networks or mobile applications



Eko proizvodi  
i ekološki prihvatljiva ambalaža.

Eco products  
and environmentally friendly packaging.

- > korisnik želi kupovati zdrave /prirodne proizvode i ambalažu
- > korisnik želi imati pozitivan osjećaj prilikom kupnje – “Pomažem okolišu”  
(ekološka ambalaža stvara dodana vrijednost na tržištu)
- > user wants to buy healthy / natural products and packaging
- > user wants to have a positive feeling when purchasing – “I am helping the environment”  
(ecological packaging creates added value in the market)



ekoBrachia | ekološko ekstra djevičansko maslinovo ulje





ekoBrachia | ekološko ekstra djevičansko maslinovo ulje

Isticanje proizvoda  
na polici / tržištu.

Highlighting the product  
on the shelf / market.

- > diferencijaciju proizvoda u odnosu na konkurenciju
- > približiti se ciljnoj skupini / konzumentima drugačijim pristupom
  
- > product differentiation
- > getting closer to the target group / consumers with a different approach











**FINA**

liker od  
borovnice  
blueberry  
liquer

0,5 l

**FINA**

liker  
od višnje  
cherry  
liquer

0,5 l

**FINA**

liker  
od kupine  
blackberry  
liquer

0,5 l

**FINA**

liker  
od maline  
raspberry  
liquer

0,5 l

HR problemi proizašli iz ekonomske krize  
i kako im doskočiti.

CRO issues arose from the economic crisis  
and how to reverse them.

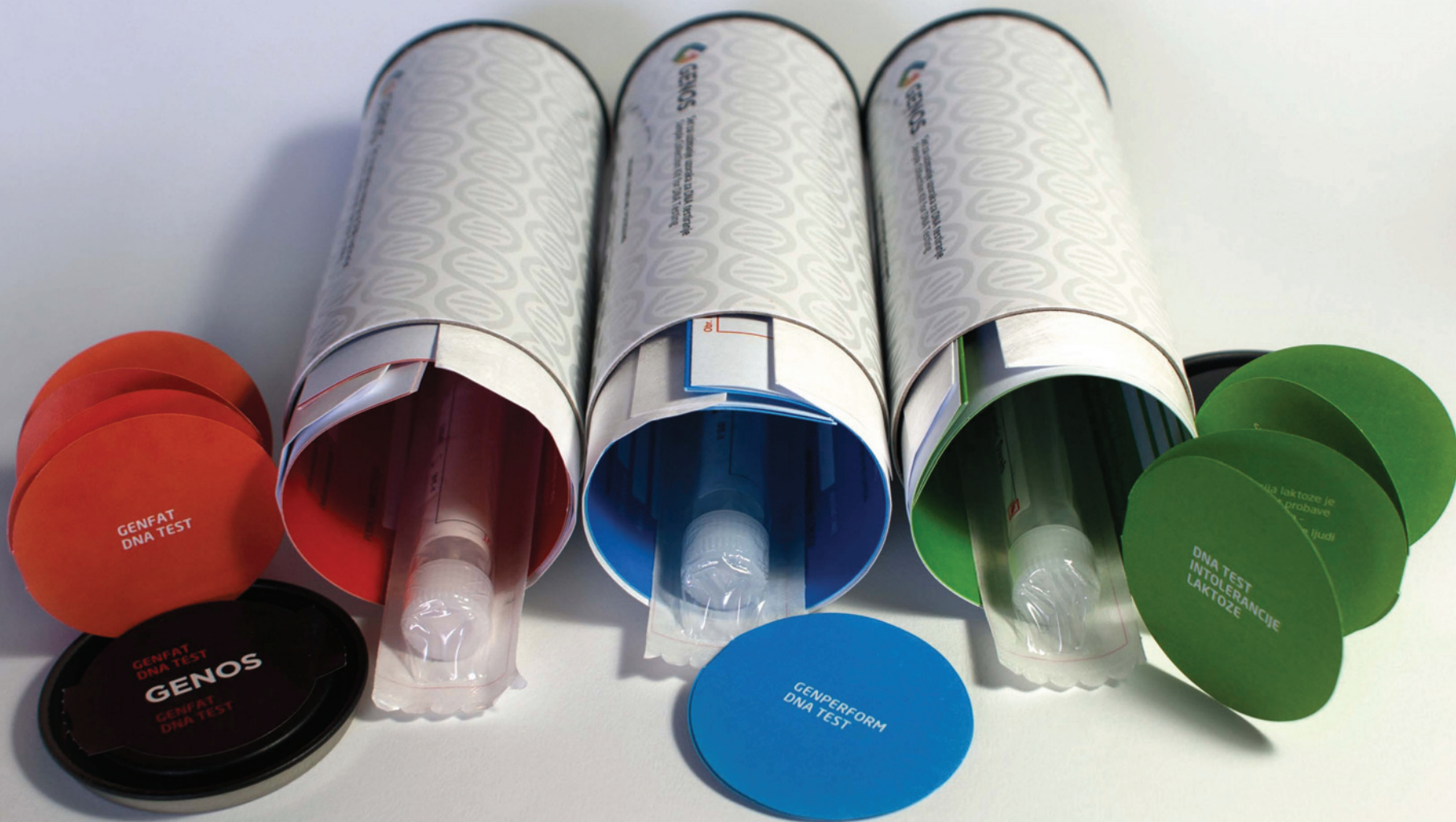
> mali/nedostatni budgeti za ulaganje u razvoj proizvoda

> small / insufficient budget to invest in product development



GENOS | Setovi za DNA testiranje





GENOS | Setovi za DNA testiranje







GENOS | Setovi za DNA testiranje



Visoka očekivanja korisnika  
odnose se i na kvalitetu produkcije.

High expectations of users  
relate to the quality of production.

- > angažirati stručnjake i pronaći optimalna rješenja
- > engage experts and find optimal solutions









OBLICA

0,11

Brachia

extra djevičansko  
maslinovo ulje  
extra virgin olive oil

Brachia

extra djevičansko  
maslinovo ulje

0,11

B  
BU  
ICA

Proizvedeno u Hrvatskoj

– uže visoke kalivosti dobivene izravno iz ploda  
masnice industrijom mehaničkim postupcima superior  
category olive oil obtained directly from olives and  
soak by mechanical means – moguća pojava prirodnog  
lokalni prirodni scintilacioni fenomen koji se čuva na  
hladnoći i tamnom mjestu na 100g proizvoda  
pluća – nutritivne vrijednosti na 100g proizvoda  
vrijednost energije: 384 kcal / 1605 kJ – ukupne  
nutritivne vrijednosti: 100g – od toga zasiećenih od kojih  
nasitene: 13,35g – ugljikohidrata: 0g –  
saharid: 0g – bjelancevine: 0g – soli: 0g  
sveži nagar: 0g – polinezasićene: 1,9g  
– proizvođač: proizvođač: Brachia p.z. Put Kule 21,  
21 000 Sipešćan, Brijuni, Hrvatska

best before:



Brachia | linija sortnog ulja – nove selektivno metalizirane etikete

IZVORKA  
JURIĆ

Hvala na pažnji!

Thank you!

[www.izvorka.juric.biz](http://www.izvorka.juric.biz)



vCard

