

# Упаковка виртуальная — деньги реальные

Как зарабатывать на виртуальной упаковке

Игорь Сыромятников, директор «Бюро Графических Технологий»

Игорь Сыромятников,  
директор «Бюро  
Графических Технологий»  
Моб.: +38 067 401 78 12  
E-mail: is@bgt.com.ua  
www.bgt.com.ua

Чтобы получить демонстрационные образцы виртуальной упаковки и комплект дополнительных информационных материалов, пишите на: info@bgt.com.ua. В поле «Тема» (Subject) письма укажите, пожалуйста, «Виртуальная упаковка. Запрос демо-образцов», а в письме - Вашу контактную информацию (Ф.И.О., должность, название компании и телефон).

**В**иртуальная упаковка – это технология, которая выводит коммуникации с заказчиками, подрядчиками, техническими специалистами на новый уровень. С ее помощью привлекаются клиенты, удерживаются существующие заказчики, оптимизируются процессы внутри предприятия.

Перед директором компании, работающей в индустрии упаковки, наверняка стоит ряд вопросов, на которые ему необходимо иметь ответы. Нет ответов – не будет успеха. Вот лишь некоторые из них:

- Чем привлечь заказчика?
- Как снизить затраты?
- Как уменьшить количество отходов и брака?
- Как повысить производительность?
- Как быстрее утвердить макет упаковки?
- Как сделать упаковку более привлекательной и конкурентоспособной?

Все они в итоге сводятся к одному: как повысить эффективность предприятия, его мощь, измеряющуюся не в киловаттах, а килодолларах, килоевро или мегагривнах? Одной из важных составляющих успешности компании является эффективная коммуникация с заказчиками, подрядчиками и внутрикорпоративная – между сотрудниками. О том, как можно выстроить схему такой коммуникации, и пойдет речь.

## Коммуникационный хаос

На то чтобы упаковка прошла путь от эскиза до магазинной полки, направлены усилия многих: владельцев бизнеса, заказчиков, бренд-менеджеров, дизайнеров, конструкторов, печатников, подрядчиков, мерчандайзеров и многих других специалистов. У каждого из них – своя правда, свои «тараканы» в голове. Частенько этим «тараканам» очень сложно понять друг друга.



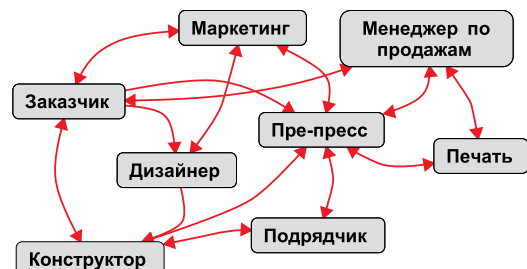
Представьте себе, например, ситуацию, когда производителю пива нужна акционная коробка на три бутылки. Зачем? Да чтобы покупатель приобрел ТРИ бутылки, а не две или одну! Эту идею заказчик и передает дизайнеру. К чему стремится дизайнер? Чтобы было красиво и со вкусом. Далее макет дорабатывают конструктор, специалист по допечатке и технолог. Какая у них цель? Чтобы макет был технически правилен и технологичен, чтобы типография смогла изготовить упаковку согласно производственным нормам.

Но на каждом из этих этапов информация может теряться, искажаться, замалчиваться. И когда, наконец, упаковка попадет к заказчику, оказывается, что все не так. «Красота» дизайнера плохо выглядит на технологичной коробке конструктора, важная надпись «Акция!» расположена неверно и не читается из-за мудреной формы упаковки, а мерчандайзеры в магазинах мучаются, потому что коробки ну никак не становятся на полки нормально!

В итоге покупатели в магазинах проходят мимо и вместо трех бутылок пива не покупают НИ ОДНОЙ. Проигрывают все. Заказчик утилизирует весь тираж упаковки, типография теряет клиента и деньги, а покупателям в местах продаж так и не удастся оценить привлекательность предложения.

Что нужно, чтобы все исправить? Повысить эффективность коммуникации между всеми участниками слож-

ного предложения.



▲ Рис 1. Хаос

ного процесса создания и изготовления упаковки. Как это сделать? С помощью языка образов, ведь именно этот язык понятен всем! Не зря же говорят: «Лучше один раз увидеть!»! Другими словами, чтобы организовать эффективную коммуникацию, нужно использовать **ЕДИНЫЙ**, понятный всем, виртуальный образ упаковки, который максимально соответствует реальности.

### Единый виртуальный образ упаковки

Единый виртуальный образ упаковки – это виртуальный прототип, который выглядит, как **ГОТОВАЯ УПАКОВКА**, т. е. некий идеальный конечный результат. С его помощью все участники процесса смогут увидеть, **КАК** будет выглядеть упаковка не только после печати, высечки, тиснения, но и на полках магазина. При этом каждый участник процесса увидит то, что интересует именно его. Заказчик – как будет выглядеть его упаковка в реальных условиях (в магазине), конструктор – как выглядит его творение в объеме, дизайнер – как графический дизайн накладывается на конструкцию, а технолог – порядок нанесения красок, послепечатные операции и т. п. И все это быстро и без изготовления физических образцов упаковки и пробных тиражей.

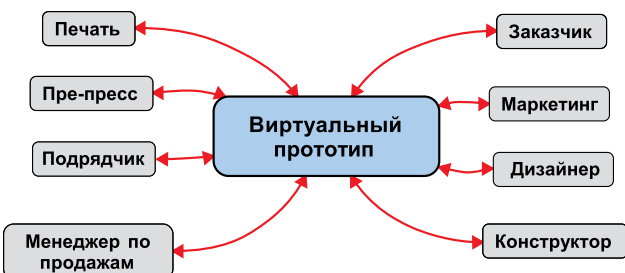
Единый виртуальный образ упаковки позволяет решить многие вопросы и устранить все ошибки (ну почти все) еще до печати тиража, не потеряв ни копейки: все будут видеть один и тот же макет, что исключит возможные несоответствия. Передача такого виртуального образа решается просто – через Интернет, по электронной почте. Ваш клиент может находиться за пределами Украины, но он увидит тот же прототип, что и остальные участники процесса. Расстояние не имеет значения.

Похоже на фантастику? Но такое решение уже существует и работает! С помощью приведенной ниже схемы (см. «7 шагов в будущее») и профессиональных инструментов (программного обеспечения) любое предприятие может внедрить его у себя. При работе по такой схеме любое искажение информации невозможно. Все коммуникации стандартизируются и упрощаются, становятся наглядными (см. рис. 2)

### Что в итоге?

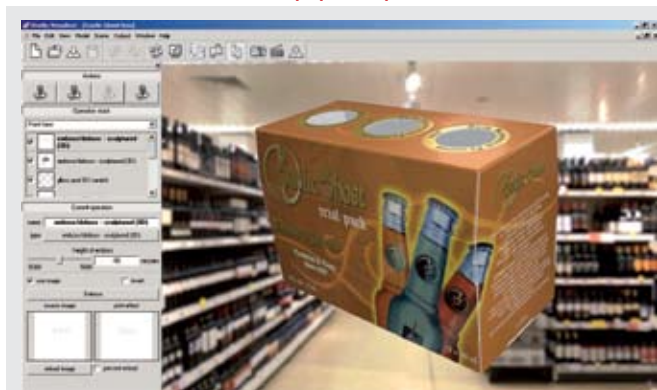
Итак, что дает внедрение технологии единого виртуального образа упаковки?

1. Снижаются производственные затраты.
2. Существенно уменьшается, а на отдельных этапах и вовсе исключается появление брака и отходов.
3. Повышается эффективность производства и растет объем продаж.
4. Этап согласования упаковки сокращается в несколько раз.



▲ Рис 2. Порядок

## 7 ШАГОВ В БУДУЩЕЕ



### Схема работы с виртуальной упаковкой:

**Шаг 1:** конструктор разрабатывает и согласовывает конструктив будущей упаковки с помощью виртуального прототипа.

**Шаг 2:** конструктив упаковки помещается в шаблон, который передается графическому дизайнеру.

**Шаг 3:** дизайнер размещает графику на шаблон. С помощью виртуального прототипа проверяет и исправляет макет упаковки.

**Шаг 4:** дизайнер передает заказчику виртуальный прототип на согласование. Виртуальный прототип отображает все печатные и отделочные операции. Заказчик оценивает внешние характеристики будущей упаковки.

**Шаг 5:** 3D-прототип помещается в виртуальный интерьер магазина. Специалисты по продажам оценивают, насколько упаковка соответствует техническим и эстетическим требованиям, выдвигаемым местом реализации товара.

**Шаг 6:** макет упаковки вместе с 3D-прототипом передается в отдел допечатной подготовки, где выполняются проверка макета на соответствие параметрам печати, треппинг и раскладка.

**Шаг 7:** макет передается в производственный отдел. Изготавливаются печатные формы, упаковка печатается, высекается. При необходимости осуществляются послепечатные операции (лакирование, тиснение, ламинация).

5. Заказчики получают уникальный и удобный сервис.
6. Участники процесса могут находиться на любом расстоянии друг от друга.
7. Инновационная технология становится большим конкурентным преимуществом предприятия.

### Как реализовать?

При внедрении данной технологии важна не только технологическая схема, но и инструменты, с помощью которых будет реализовываться проект. Несмотря на новизну программные решения для работы с виртуальными образами упаковки уже внедрены более чем тысячей зарубежных предприятий, которые успешно их используют. В Украине этот процесс тоже стартовал. Первые ласточки уже несут своим владельцам золотые яйца, ведь то впечатление, которое технология производит на заказчиков, трудно переоценить!

Наши специалисты с удовольствием продемонстрируют Вам, как работает схема «7 шагов в будущее» на примере реальных чертежей и макетов упаковки. Пишите, звоните, задавайте вопросы. Мы с коллегами с удовольствием на них ответим! **дт**