

UNIQUE & SIMPLE

제품중량 조절 및 이색 포장법

이런 포장이 매출을 높인다

지금까지의 포장법은 화려하고 예쁜 포장을 통해 소비자에게 구매 욕구를 유발케 하는 시각적 측면에 치우쳐 있었다.

이에 고객의 구매 심리를 자극할 중량 조절 포장법을 통해 판매를 향상시킬 수 있는 이색 포장법과 리본, 끈, 스티커, 병 등 간단한 방법만으로도 제품을 돋보이게 할 손쉬운 포장기술 등을 제시한다.

□포장 협찬(부산 드레곤, 루반도르, 빠리장)

제품 중량 조절 포장 (고객구매심리 이용법)

■비싼 제품은 크기를 줄여 판매



▶ 사고 싶은 제품이 있어도 이미 지출액을 초과했거나 가격이 높으면 더이상 사지 않게 된다. 이때 크기와 가격을 줄여 부담을 적게 하면 추가 구매할 확률이 높다.

사진의 제품은 원래 크기라면 6,000원, 7,000원짜리다. 따라서 고객은 높은 가격 때문에 그냥 지나칠 가능성이 많다. 더구나 타 제품을 고른 후 이미 지출 예정액을 초과한 경우라면 추가로 구매할 확률은 거의 없다. 하지만 원래보다 크기와 가격을 반으로 줄이면 처음 지출하고자 했던 액수를 초과하기는 하지만 큰 부담이 아니므로 구입할 가능성이 훨씬 높아진다. 비교적 가격이 높은 제품에 적용하면 좋은 포장과 가격 이용법이다.

▼ 베이비 슈 등 날개 제품의 경우 소비자의 평균 구입 갯수보다 약간 많은 수량을 아예 묶음 포장하면 20%의 판매 증가를 올릴 수 있다. 이는 한 제과점의 예를 통해 실증된 내용이다.

■싼 제품은 중량을 늘려 묶음 판매

'베이비 슈', '미니 크로와상' 등 소형 제품은 대부분 쟁반에 수북히 쌓아 판매한다. 그러나 이는 구매 동기 유발 측면에서는 좋지만 판매량에서는 마이너스다. 소비자는 '개당 가격×갯수=0000원' 식으로 구매하기 때문이다. 따라서 소비자들이 대개 몇개를 구입하는지 살펴본 후 평균 구입 갯수보다 20% 가량 많은 수량으로 아예 비닐 봉지에 묶음 판매하면 판매량을 늘릴 수 있다. 이때 소비자는 대부분 가격에 큰 부담도 느끼지 않으며 묶음 포장돼 있기 때문에 여러개를 구입할 수밖에 없게 된다. 단 이 방법은 제품이 튀어나고 인지도가 높아 판매량이 많은 점포에만 해당된다.



■ 비싸다는 생각이 안들게 하는 포장

한 제과점은 페이스트리를 1개들이 800원, 2개들이 1,600원 두 종류로 판매하고 또 베이비 슈를 12개들이 1,500원, 16개들이 2,000원에 판매한 결과 모두 갯수가 많은 쪽의 판매가 많았다. 두가지 경우 개당 가격은 같다. 그런데 이런 현상이 나타난 것은 양이 더 많아 보이는 듯한 느낌 때문이다. 특히 베이비 슈처럼 갯수가 많을 경우 소비자는 가격 개념이 무디어진다. 따라서 500원 이라는 가격 차이를 무시하고 별 부담없이 양이 많아 보이는 제품을 선택하게 된다. 다만 원래보다 양과 가격 차이가 너무 크면 구매에 부담을 갖게 된다.



▲ 양이 많아 가격 개념이 불분명한 소형 제품의 경우 소비자는 약간의 가격 차이는 무시하고 양이 더 많은 듯한 느낌의 제품을 선택하게 된다.

제품에 액센트를 주는 포장 (시선집중 포장법)

▼ 일반적인 황금색 철끈 대신 강렬한 색상의 리본을 사용하면 한층 돋보인다. 대신 여러 가지 색상을 이용하면 혼란스러울 염려가 있으니 3~4가지 색상으로 제한하는 것이 좋다.

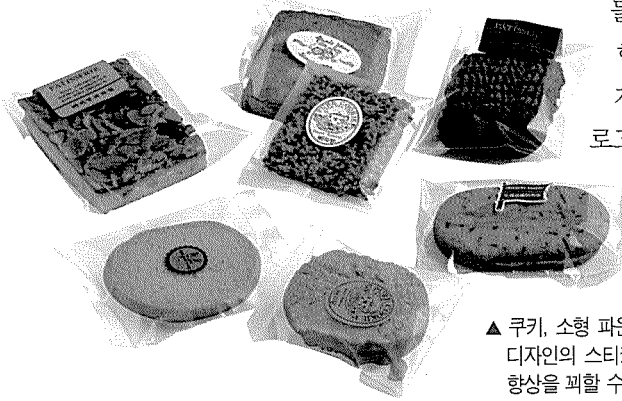


■ 강렬한 색상의 리본으로 액센트를 !

OPP 비닐 포장이나 묶음 포장의 경우 황금색 철끈(일명 칼라 타이) 정도가 고작으로 눈에 잘 띄지 않는다. 이때 빨강, 파랑 등 강렬한 색상의 리본으로 제품을 묶으면 사진에서 보는 것처럼 한층 제품이 돋보이게 된다. 칼라 타이 이용의 경우도 강렬한 색상이면 가능하다. 단지 전 제품에 강렬한 색상의 리본을 사용하거나 여러 가지 색상을 이용하면 너무 혼란스러울 염려가 있으니 단과자 빵 크기의 제품이나 소형 크기의 묶음판매 쿠키류 등에 한정하고 색상은 3~4가지 정도만 이용하는 것이 좋다.

■스티커·끈으로 고급 이미지 연출

쿠키, 소형 파운드 케이크류는 대개 진열 면에서도 불리한 위치에 놓이게 된다. 이때 사용할 수 있는 것이 스티커나 끈 이용 포장법이다. 단지 이를 활용할 경우에는 단과자빵 크기의 제품이나 묶음판 때 쿠키에 강렬한 색상의 리본을 사용했으므로 강렬한 색상은 피하고 황금색, 군청색 등의 색상과 심플한 디자인, 비닐 포장지 등 전체적으로 고급스러운 느낌이



들도록 해야 한다. 스티커의 경우 자기 업체의 상호명이나 독특한 로고 등을 새긴 것으로 제작해 부착하면 더욱 돋보인다.

▲ 쿠키, 소형 파운드 등 순환이 빠르지 않은 제품에 고급스런 색상과 디자인의 스티커나 끈을 이용하면 진열의 불리함을 극복하고 판매 향상을 꾀할 수 있다.



바렌타인 · 화이트데이 포장(특수절 이색 포장법)

■골판지 및 병을 이용한 포장 판매

특수절 포장 제품의 성공 비결은 포장의 질이 뒷받침돼야 한다. 즉 제품 가격과 비교할 때 포장이 싸게 느껴지지 않도록 보이게 하는 것이 중요하다. 이 두가지 방법은 주고객층인 학생이나 20세 전후 연령층이 좋아할 예쁘고 독특한 취향에 맞춰 포장을 구성했다. 종이 상자의 경우 기성 포장 제품에 리본만을 가미했으나 산뜻한 색상의 골판지와 눈에 띄는 리본으로 포장재가 싸구려라는 느낌이 들지 않는다. 또 병 포장 제품도 다양한 형태의 병 모양과 내용물을 직접 소비자가 선택할 수 있도록 많은 종류를 구비해 조금 높은 제품 가격을 충분히 상쇄시키고 있다.



▲ 특수절 제품 포장은 전체 가격과 비교할 때 포장이 싸게 느껴지지 않아야 한다. 이 두가지 포장은 예쁘고 독특한 포장으로 높은 제품 가격을 상쇄시키고 있다.

