

La importancia del packaging en el embalaje de los productos de un negocio, según honesa.com

Actualmente, los usuarios han dejado de comprar por simples impulsos, de tal forma que el packaging ha tomado mayor importancia durante los últimos años

El embalaje de un producto va mucho más allá de solo tener un envoltorio para guardarlo. En consecuencia, los clientes se sienten atraídos por la presentación de los productos ofrecidos.

Por tal motivo, empresas como Honesa embalajes han creado estrategias y opciones para ajustarse a las necesidades de cada sector de la economía. De este modo, ofrecen a sus diferentes clientes embalajes totalmente personalizados y ajustados a la marca que representan.

Antes de hablar de su importancia hay que saber ¿Qué es el packaging?

En pocas palabras, el packaging es el empaque, embalaje, envoltorio, envase, caja de cartón o etiqueta utilizado por una marca para transportar sus productos. Por lo tanto, este necesita de un diseño único e interactivo que atraiga las miradas de posibles clientes.

Asimismo, es el diseño que debe utilizarse mientras la marca tenga vida en el mercado. En caso de ser cambiado o modificado debe mantener las características básicas que la han representado a lo largo de los años, por el contrario, ya los clientes no podrán asociar dichos embalajes con la marca en cuestión.

3+1 detalles de un buen packaging en el embalaje de los productos

Ahora bien, conocer los puntos importantes de esta estrategia de ventas es imprescindible para entender por qué hay que comenzar a utilizarla en los diferentes productos de un negocio. A continuación, se destacan 4 aspectos del packaging para cualquier empresa que ofrezca productos.

Los clientes pueden percibir el valor de la marca

Ofrecer a los clientes un embalaje llamativo y que pueda representar el valor de los productos es una manera de conseguir su fidelidad. Por lo general, las personas compran los productos que más llamen su atención visualmente.

Una manera de diferenciarse de la competencia

Por otro lado, crear un envoltorio o envase único y creativo es el primer paso para diferenciarse de las demás marcas que ofrecen un producto parecido.

Un ejemplo claro está en las marcas de teléfonos móviles, pues todos los clientes son capaces de reconocerlos a varios metros de distancia debido a que cada uno posee un embalaje totalmente único.

Aumentan la demanda del producto

Una regla de oro al momento de vender cualquier producto es que la marca debe crear una imagen irresistible del mismo. Por ejemplo, los perfumes ya no vienen en envases cuadrados y que pasan desapercibidos.

Algunas marcas han dado mayor valor a sus fragancias creando frascos con formas de diamantes o zapatos. Todo esto con la única misión de generar la sensación de interés entre los clientes y de esta manera aumentar sus ventas.

Crear fidelidad entre los clientes

Ahora bien, tener una cartera de clientes fieles es lo que cualquier negocio desea. Para esto, es preciso tener en cuenta varios factores, pero el embalaje es primordial.

Durante los últimos años, se ha agregado mayor valor a aquellos negocios que se han unido al cuidado del medio ambiente utilizando materiales reciclados o biodegradables, teniendo como consecuencia una amplia cartera de clientes fieles a la marca.

Por lo tanto, crear embalajes con materiales que cuiden al ambiente o que puedan ser reutilizados por el cliente es la mejor estrategia de packaging del momento.

Datos de contacto:

Alvaro Lopez
629456410

Nota de prensa publicada en: [Gijón](#)

Categorías: [Marketing Asturias](#) [Emprendedores](#) [Logística](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>