

MODERNIZAREA AMBALAJELOR - STRATEGIE DE PROMOVARE A PRODUSELOR ȘI FIDELIZARE A CLIENȚILOR

BURBULEA Rodica,
conferențiar universitar, doctor în științe economice
Universitatea Tehnică a Moldovei
Email: burbulea2000@mail.ru
ORCID: 0000-0003-4462-6534

Abstract. *The packaging of goods is an overwhelmingly relevant topic in the economic and social context of our days, where logistics becomes increasingly complex and sophisticated. In a world characterized by globalization and growing consumption, the packaging of goods is an essential element in ensuring the efficient circulation of goods, protecting them at the same time against deterioration. This process is not just about placing products in boxes or labeling but involves a multidisciplinary and creative approach, which integrates aspects related to design, materials, technologies, environmental impact, and specific market requirements.*

The research aims to explore the role, importance, and impact of product packaging in our modern society, as well as studying the aspects of packaging modernization as a strategy for product promotion and customer loyalty. The investigation reflects various aspects related to packaging, such as the technology used, the materials involved, sustainability, food safety, and their influence on consumers and the environment, showing how this is not just an intermediate stage, but an integral part of the entire logistics chain.

Keywords: *Packaging, customer, loyalty, marketing, promotion, strategy.*

Abstract. *Ambalarea mărfurilor este o temă de o actualitate covârșitoare în contextul economic și social al zilelor noastre, în care logistica devine tot mai complexă și sofisticată. Într-o lume caracterizată de globalizare și consum în creștere, ambalarea mărfurilor și un element esențial în asigurarea circulației eficiente a bunurilor, protejând-le în același timp împotriva deteriorării. Acest proces nu se rezumă doar la așezarea produselor în cutii sau la aplicarea unor etichete, ci presupune o abordare multidisciplinară și creativă, care integrează aspecte legate de design, materiale, tehnologii, impactul asupra mediului și cerințele specifice ale pieței*

Scopul cercetării este de a explora rolul, importanța și impactul ambalajelor produselor în societatea noastră modernă, precum și studierea aspectelor de modernizare a ambalajelor ca strategie de promovare a produselor și fidelizare a clienților. Investigarea reflectă diverse aspecte legate de ambalaje, precum tehnologia utilizată, materialele implicate, sustenabilitatea, siguranța alimentară, dar și influența acestora asupra consumatorilor și mediului înconjurător, arătând cum aceasta nu este doar o etapă intermediară, ci o parte integrală a întregului lanț logistic.

Cuvinte cheie: *Ambalaj, client, fidelizare, marketing, promovare, strategie.*

JEL Clasification: L10, M31, M32

INTRODUCERE

Strategiile de promovare a produselor și fidelizare a clienților sunt complementare și joacă un rol crucial în dezvoltarea și menținerea unei afaceri prospere într-un mediu comercial competitiv. Rolul și importanța strategiilor de promovare a produselor și fidelizare a clienților sunt esențiale pentru succesul unei afaceri. Aceste strategii nu sunt doar instrumente de marketing, ci și componente cheie ale gestionării

relațiilor cu clienții și dezvoltării durabile a afacerii. Unul din aceste instrumente de marketing este și modernizarea ambalajelor.

Dezvoltarea spectaculoasă a ambalajului este strâns legată de evoluția modului de viață și de consum. Bazată pe tehnologii de vârf, ambalarea este însoțită de costuri importante asociate fazei de post-comun, impact asupra mediului înconjurător și asupra consumatorului. Fără ambalare, materialele ar fi în dezordine și ineficiente.

Indiferent de gradul de dezvoltare economică a unei țări, mărfurile produse și comercializate sunt de neconceput fără ambalaj. În momentul de față, la nivel mondial aproximativ 99% din producția de mărfuri este ambalată. Considerat mult timp ca un simplu obiect utilitar, concepția despre ambalaj s-a modificat considerabil, el fiind cel care permite circulația produselor din momentul fabricației până la consumatorul final. Importanța ambalajului, considerat parte integrantă a unui sistem, este evidențiată de principalele funcții pe care ambalajul trebuie să le îndeplinească. Acestea sunt: conservarea și protecția produselor, manipulare, transport, depozitare, informarea și promovarea produselor.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Ambalajul joacă un rol crucial în lumea modernă, deoarece are o importanță semnificativă în mai multe domenii, inclusiv în industria alimentară, cea a produselor de consum, a medicamentelor, a logisticilor și multe altele. Rolul și importanța ambalajului includ următoarele aspecte:

- protecția produselor: ambalajul asigură o barieră fizică și de protecție pentru produse împotriva deteriorării, contaminării, manipulării și altor factori care ar putea afecta calitatea și siguranța produselor. Acest lucru este crucial, în special pentru produsele alimentare și farmaceutice, pentru a evita riscurile pentru sănătatea consumatorilor.

- păstrarea prospețimii: ambalajul poate ajuta la prelungirea duratei de valabilitate a produselor alimentare și a altor bunuri perisabile prin izolarea lor de factori precum lumina, oxigenul sau umezeala care ar putea cauza deteriorarea acestora.

- informații pentru consumatori: ambalajul furnizează informații esențiale consumatorilor, cum ar fi data de expirare, instrucțiuni de utilizare, informații despre ingrediente și etichetarea nutrițională. Acest lucru permite consumatorilor să ia decizii informate în ceea ce privește produsele pe care le achiziționează.

- promovarea și marketingul: ambalajul poate fi folosit pentru a atrage atenția și pentru a comunica brandul, mesajul și imaginea produsului. Designul ambalajului, culorile, logo-ul și mesajele grafice pot influența decizia de cumpărare a consumatorilor.

- transport și manipulare eficiente: ambalajul trebuie să fie proiectat astfel încât să faciliteze transportul și manipularea eficientă a produselor, reducând riscul de deteriorare în timpul manipulării și transportului.

- reducerea risipei de alimente și resurse: un ambalaj adecvat poate contribui la reducerea risipei de alimente, deoarece protejează produsele împotriva deteriorării. De asemenea, poate reduce consumul de resurse precum apa și energia, în timpul producției și distribuției.

- securitatea produselor: ambalajul poate fi utilizat pentru a asigura siguranța produselor împotriva contaminării, manipulării sau falsificării. Acest aspect este deosebit de important în industria farmaceutică și în cea a produselor de înaltă valoare.

Ambalajele au un impact semnificativ asupra mediului înconjurător. Deși ambalajele sunt esențiale pentru protecția produselor și pentru a facilita transportul și manipularea acestora, modul în care sunt produse, utilizate și eliminate poate contribui la probleme de mediu. Ambalajele reprezintă o parte semnificativă a deșeurilor solide generate în lume. Ambalajele de plastic, în special, au devenit o problemă majoră, deoarece multe dintre ele se acumulează în mediul înconjurător, afectând flora și fauna. Deșeurile

de plastic pot să nu se descompună decât după zeci sau sute de ani. Producerea ambalajelor necesită resurse naturale, cum ar fi lemnul pentru hârtie, petrolul pentru plastic și apa pentru spălarea și procesarea materialelor. Consumul excesiv de resurse poate duce la defrișări, poluare și epuizarea resurselor.

Producția, transportul și eliminarea ambalajelor implică emisii de carbon care contribuie la schimbările climatice. Alegerea materialelor, designul ambalajelor și metodele de transport pot influența amprenta de carbon a ambalajelor.

Producția de ambalaje și eliminarea inadecvată a acestora pot polua sursele de apă. De exemplu, substanțele chimice utilizate în fabricarea hârtiei sau în imprimarea ambalajelor pot ajunge în apele de suprafață sau subterane.

Deșeurile de ambalaje, în special cele din plastic, pot afecta biodiversitatea, întrucât animalele marine sau terestre pot fi rănite sau pot muri din cauza sângerării sau prinderii în ambalaje. Ambalajele alimentare pot conține substanțe chimice care migrează în alimente sau în mediul înconjurător. Acest lucru poate avea un impact negativ asupra sănătății umane și a ecosistemelor.

Reciclarea ambalajelor poate reduce impactul asupra mediului, dar în multe cazuri, ratele de reciclare sunt scăzute. Lipsa infrastructurii adecvate de reciclare și a educației privind reciclarea poate duce la aruncarea deșeurilor în locuri nepotrivite. Ambalajele excesive sau inutile, numite și "ambalaje excesive" sau "ambalaje de unică folosință," contribuie la risipa de resurse și la poluare. Pentru a reduce impactul ambalajelor asupra mediului, se iau tot mai multe măsuri, inclusiv dezvoltarea de ambalaje mai sustenabile, promovarea reciclării, reducerea deșeurilor și creșterea conștientizării privind impactul ambalajelor asupra mediului. Cumpărarea produselor cu ambalaje responsabile din punct de vedere ecologic și reciclarea corectă a deșeurilor sunt metode prin care indivizii pot contribui la protejarea mediului. De asemenea, guvernele și întreprinderile joacă un rol esențial în adoptarea practicilor mai sustenabile în domeniul ambalajelor.

Modernizarea ambalajelor poate fi o tehnică eficientă de promovare a produselor și fidelizare a clienților în industria alimentară și în alte domenii de retail. Ambalajul este adesea primul lucru cu care clienții vin în contact atunci când cumpără un produs, și poate avea un impact semnificativ asupra deciziei lor de cumpărare și asupra experienței generale de utilizare a produsului. Modernizarea ambalajelor poate contribui la promovarea produselor și la fidelizarea clienților prin:

- atracție vizuală - unde un ambalaj modern, atractiv și bine conceput poate captura atenția clienților în rafturile magazinelor. Culoarea, designul, logo-ul și imaginile de pe ambalaj pot să se evidențieze și să creeze o primă impresie pozitivă;
- comunicare eficientă – prin intermediul ambalajelor putem comunica informații importante despre produs, cum ar fi ingrediente, valoare nutritivă, instrucțiuni de utilizare și date de contact ale producătorului. Cu o prezentare clară și atractivă, clienții pot lua rapid decizii informate;
- diferențiere de concurență – aspectul de modernizare a ambalajelor vă permite să vă diferențiați de concurență. Un design unic și memorabil poate face ca produsul dvs. să iasă în evidență în comparație cu produsele similare ale altor companii;
- promovarea valorilor brandului - ambalajul poate reflecta valorile și misiunea brandului dvs. Dacă accentuați calitatea, durabilitatea sau naturalitatea produselor dvs., aceste aspecte pot fi evidențiate în designul și materialele ambalajului.
- inovare tehnică - modernizarea ambalajelor poate implica utilizarea de tehnologii inovatoare, cum ar fi ambalaje inteligente sau etichete interactive, care pot adăuga o dimensiune suplimentară de angajament și utilitate produselor;
- fidelizarea clienților - un ambalaj bine modernizat poate contribui la fidelizarea clienților existenți. Clienții care se simt atrași de ambalajul dvs. pot dezvolta o legătură emoțională cu marca dvs. și pot deveni clienți loiali pe termen lung;

- feedback și îmbunătățire continuă - modernizarea ambalajelor vă oferă oportunitatea de a colecta feedback de la clienți cu privire la noul design. Acest feedback poate fi valoros pentru îmbunătățiri ulterioare și pentru adaptarea produselor dvs. la nevoile clienților;

- Sustenabilitate - o parte importantă a modernizării ambalajelor poate fi trecerea la materiale de ambalaj sustenabile și prietenoase cu mediul. Aceasta poate atrage clienții interesați de protecția mediului înconjurător și de produsele ecologice.

Modernizarea ambalajelor poate fi o strategie eficientă pentru promovarea produselor și fidelizarea clienților într-o piață competitivă. Procesului de modernizare a ambalajelor și modul în care poate contribui la succesul unei strategii de marketing în cadrul unei întreprinderi poate fi descris prin următoarele etape:

a) *analiza pieței și a tendințelor*: înainte de a începe procesul de modernizare, este esențial să se efectueze o analiză a pieței și să se identifice tendințele actuale. Cunoașterea preferințelor și comportamentului consumatorilor este crucială pentru a adapta ambalajele la așteptările lor;

b) *definirea obiectivelor*: este important de stabilit obiective clare pentru modernizarea ambalajelor, cum ar fi îmbunătățirea vizibilității în rafturi, atragerea unui segment specific de piață sau creșterea recunoașterii brandului;

c) *design atractiv și funcțional*: este necesar de dezvoltat un design de ambalaj atractiv care să reflecte identitatea brandului și să atragă atenția consumatorilor. În același timp, trebuie să ne asigurăm că ambalajul este și funcțional, ușor de manevrat și protejează produsul în mod eficient;

d) *utilizarea materialelor sustenabile*: în contextul preocupărilor legate de mediu, trecerea la materiale de ambalare sustenabile poate fi o componentă importantă a modernizării. Ambalajele prietenoase cu mediul pot atrage un segment de consumatori interesați de sustenabilitate;

e) *implementarea tehnologiei*: integrarea tehnologiei în ambalaje poate adăuga o dimensiune inovatoare și interactivă. De exemplu, utilizarea codurilor QR pentru a oferi informații suplimentare despre produs sau pentru a direcționa consumatorii către conținut online relevant;

f) *personalizarea ambalajelor*: modernizarea poate include și aspecte de personalizare a ambalajelor în funcție de preferințele sau nevoile individuale ale clienților. O abordare personalizată poate crea o conexiune emoțională și poate spori loialitatea clienților;

g) *testare și feedback*: înainte de lansarea pe scară largă, este necesar să testăm noile ambalaje și să solicităm feedback de la consumatori. Acest proces poate ajuta să identificăm posibile probleme și să facem ajustări în consecință;

h) *promovare și marketing*: odată ce noile ambalaje sunt implementate, este necesar să fie promovate activ prin intermediul canalelor de marketing potrivite și să comunicăm beneficiile modernizării ambalajelor și modul în care aceasta adaugă valoare produselor;

i) *monitorizare și adaptare*: trebuie să urmărim performanța noilor ambalaje în timp și să fim pregătiți să adaptăm strategia în funcție de schimbările în preferințele consumatorilor și în mediul concurențial.

CONCLUZIE

În concluzie, ambalajul are o importanță semnificativă în societatea modernă, contribuind la protejarea produselor, la transmiterea informațiilor către consumatori, la marketingul și promovarea produselor, precum și la reducerea risipei de alimente și resurse. Acesta joacă un rol esențial în piața globală și influențează alegerile consumatorilor și succesul produselor.

Modernizarea ambalajelor nu este doar o îmbunătățire estetică, ci poate reprezenta o investiție semnificativă în imaginea și succesul pe termen lung al unui brand. O abordare atentă și orientată către nevoile consumatorilor poate contribui la creșterea vânzărilor și fidelizarea clienților. Modernizarea ambalajelor poate fi o strategie eficientă pentru promovarea produselor și fidelizarea clienților. Este important să abordăm acest proces cu atenție și să luăm în considerare nevoile și preferințele clienților,

tendențele de design și sustenabilitate pentru a obține cele mai bune rezultate. Modernizarea ambalajelor poate fi o tehnică și o strategie eficientă de promovare a produselor și fidelizare a clienților în industria alimentară și în alte domenii de retail. Ambalajul este adesea primul lucru cu care clienții vin în contact atunci când cumpără un produs, și poate avea un impact semnificativ asupra deciziei lor de cumpărare și asupra experienței generale de utilizare a produsului. Este important să abordăm acest proces cu atenție și să luăm în considerare nevoile și preferințele clienților, tendințele de design și sustenabilitate pentru a obține cele mai bune rezultate.

BIBLIOGRAFIE

1. BURBULEA, R., CHISILI S. Strategii de marketing aplicate în Republica Moldova de către întreprinderile agroindustriale. În : Vectorul European. Revistă științifico- practică, USEM, 2022, nr.1, p.47-54, 0,5 c.a. ISSN 2345-1106, E-ISSN 2587-358X, [https://doi.org/10.52507/2345-1106](https://doi.org/10.52507/2345-1106_Vector_European_2022_1.pdf) , [Vector_European_2022_1.pdf](https://doi.org/10.52507/2345-1106_Vector_European_2022_1.pdf) (usem.md).
2. BURBULEA R., MOROI E. Techniques and actions to promote domestic agri-food products on foreign markets. În: *EcoSoEn*. ULIM, 2022, an. 5, nr. 3-4, 0,5 c.a., p. 26-32, ISSN 2587-344X <https://doi.org/10.54481/ecosoen.2022.3-4.05>.
3. BURBULEA R., MELNIC V. Tendințe de dezvoltare a strategiilor de poziționare pe piață a întreprinderilor agroalimentare. In: *Lucrări științifice, materialele Simpozionului Științific Internațional „Perspectivele dezvoltării durabile a spațiului rural în contextul noilor provocări economice”*, dedicat aniversării a 85 de ani de la fondarea Universității Agrare de Stat din Moldova. UASM, Chișinău, (Economie), vol. 50, 2018, p. 151-155, 0,36 c.a. ISBN 978-9975-64-299-6.
4. DIACONESCU I., ARDELEAN D., Diaconesc M. *Merceologie alimentara - Calitate si siguranta* București: Editura Universitară, 2007, 319 p. ISBN: 978-973-749-290-6.
5. КОТЛЕР Ф., АРМСТРОНГ Г., СОНДЕРС Д., ВОНГ В. Основы маркетинга. Вильямс. 2019. ISBN 9785907114487.
6. MELNIC, Viorel, ȘARGU, Lilia. New aspects of the approach to the analysis and quality control process: a case study. În: *Collecting scientific papers 4th International Conference "Promotion of Social and Economic Values in the Context of European Integration"*, December 3-4, Chișinău ,2021, Vol. 1, pag. 75-85
7. SHARAFUTDINOVA, Natalia, SARGU, Lilia, VALEEVA, Yulia. *Customer-oriented approach in retail networks management*. În: *Innovation Management, Entrepreneurship And Corporate Sustainability (IMECS), Proceedings Paper 4th International Conference on Innovation Management, Entrepreneurship and Corporate Sustainability (IMECS) Prague, Czech Republic*, pag. 657-667