

商品 & パッケージの改良の事例

先日近くのスーパーの青果売り場に行った折、2012年に支援した商品が並んでいました。実際に売り場で見かけたり、販路が広がっていると嬉しいですね。商品のリニューアルは、中身だけでなく、パッケージの訴求ポイントをより明確にして、お客様に手に取っていただきやすくすることが重要です。どんな点を訴求するか、わかりやすいか、会社側の皆さんと話しあったり、こちらからも時代のニーズやトレンドやターゲットを考えて提案して決めたものです。下の写真は右が元のパッケージでその左が試作品、

そして一番左が現在のものです。

