

Nota prasowa z dnia 18 września 2017

Podsumowanie drugiej edycji konferencji Label Innovations „Tajniki budowania marki premium”

Druga edycja konferencji „Co mówi Twoje opakowanie? Tajniki budowania marki premium” – powstała przy współpracy Etykiety.pl Etigraf oraz API Folie. Patronat merytoryczny wydarzenia objęło Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu.

Tematyka konferencji była nieprzypadkowa. Konieczność budowania marek premium dotyczy wielu polskich producentów i często jest dla nich wyzwaniem. Trendy, wzrost zamożności konsumentów wręcz wymuszają na producentach podaż tego rodzaju produktów.

Celem konferencji było przybliżenie zagadnień związanych z konstrukcją marki Premium i sposobów uszlachetnień opakowań.

Uczestnicy wysłuchali prelekcji ekspertów w zakresie strategii marek, badań rynkowych, a także ekspertów od opakowań i etykiet, w zakresie:

- **konstrukcji marki premium**, podczas prelekcji Macieja Szarolety, Dyrektora Strategii w Albedo Marketing: „Nie można być w połowie premium... czyli o najważniejszej decyzji w życiu marki premium i jej konsekwencjach”.
- **metod badawczych pozwalających zbadać i przeanalizować postrzeganie oraz ocenę opakowań przez konsumentów** na przykładzie kategorii pierogów, podczas prelekcji dr Renaty Nestorowicz „Czy klient widzi w Twoim opakowaniu to, co chciałbyś, żeby zobaczył?”
- **roli oraz siły oddziaływania opakowania, na przykładzie 7 historii marek, które osiągnęły ponadprzeciętny sukces rynkowy, dzięki zmianie design’u** - w trakcie prelekcji Marka Rudka Innovation Insights Director’a z Agencji Badawczej Nielsen „7 historii marek z pola walki o design”
- **sposobów uszlachetnień etykiet i opakowań premium podczas procesu druku oraz współpracy technologa i grafika** w procesie projektowania etykiety w prelekcji p. Iwony Studzińskiej, Dyrektora Handlowego w Etykiety.pl Etigraf „Wymiar luksusu i prestiżu w świecie etykiet i opakowań”
- **design’u i odpowiedniego wykorzystania podłoża do druku, aby osiągnąć spektakularny efekt**, podczas prelekcji Davida Peters’a, Creative Development Manager’a w API Group „Między prestiżem a kiczem ... granica dobrego smaku i wyrafinowania”.

Konferencja była okazją do wymiany doświadczeń, nawiązania cennych kontaktów biznesowych oraz inspiracją do dalszych działań mających wpływ na rozwój marek premium.

Dodatkowymi atrakcjami przygotowanymi dla uczestników konferencji było losowanie 3 Voucherów na reklamę o wartości 2600 zł netto, ufundowanych przez partnera konferencji, Wydawcę Tygrysy Biznesu oraz ostatnia książka Pawła Tkaczyka „Narratologia” wraz z

autografem autora.

Podczas konferencji firma Etykiety.pl Etigraf ogłosiła oficjalny start programu Brand Clinic <https://labelinnovations.pl/brand-clinic/>, pomagającego markom rozwinąć skrzydła.

Program zapewnia bezpłatną, indywidualną diagnozę oraz określenie zakresu potrzebnych prac, mających na celu poprawę kondycji marki.

Program Brand Clinic będzie stałym elementem przyszłych edycji konferencji, bowiem organizatorom zależy nie tylko na tym, aby mówić o trudnych kwestiach z jakimi zmagają się firmy - ale również, aby pomagać je rozwiązywać z udziałem ekspertów i specjalistów. Konferencja zmienia formułę i będzie nie tylko forum wymiany wiedzy i doświadczeń, ale również miejscem, gdzie eksperci podpowiedzą, co zrobić, aby Twoja marka nabrała nowej energii oraz charakteru, który pozwoli jej zaistnieć i odnieść sukces na rynku.

Zmiana formuły oznacza dla uczestników również to, że będą czynnymi uczestnikami, mającymi aktywny wpływ na przebieg i tematykę wydarzenia.

Zgodnie z nową formułą konferencji, tematykę kolejnej edycji konferencji organizatorzy ogłoszą już wkrótce. Zostanie ona opracowana na podstawie wskazań uczestników ostatniej edycji wydarzenia.

Opracował: Etykiety.pl Etigraf

Fotorelacja:















