

МОСТАР

ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ
СТАКАНОВ И ПАКЕТОВ

m-tar.ru

8 (800)222-31-22

г. Москва, Варшавское шоссе, 268с1

info@m-tar.ru

ООО "Престиж-Пак»

7 приёмов брендинга бумажных стаканов, которые выделяют ваш кофе среди конкурентов

Мы собрали для вас чек-лист, который поможет сделать уникальный и привлекательный для потребителей дизайн бумажных стаканов. Проверьте, все ли вы учитываете при заказе.

1. Логотип на видном месте

- Разместите логотип так, чтобы он был заметен, когда покупатель держит в руках стакан, например, в верхней или нижней части стакана.
- Избегайте слишком мелкого масштаба: логотип должен считываться с 1–2 метров.

2. Цветовые акценты

- Используйте цветовые акценты, чтобы стакан выделялся на полке или в руках клиента.

3. Минимализм или арт-дизайн?

- Минимализм создаёт ощущение премиальности. Но при этом экономит на количестве цветов, используемых при печати.
- Авторские иллюстрации добавляют уникальности и «инстаграмности».
- Выберите стиль, который ближе к вашей ЦА.

4. Еще больше индивидуальности

- Добавьте слоган, рисунок, QR-код, который отражает философию вашей компании. Такой элемент повышает эмоциональное вовлечение и запоминаемость бренда.

МОСТАР

ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ
СТАКАНОВ И ПАКЕТОВ

m-tar.ru

8 (800)222-31-22

г. Москва, Варшавское шоссе, 268с1

info@m-tar.ru

ООО "Престиж-Пак»

5. QR-код как мост к бренду

- Добавьте QR-код, ведущий на сайт, соцсети или акцию.
- Это простой способ превратить стакан в интерактивный инструмент маркетинга.

6. Современные тренды

- Силуэты людей или предметов
- Шрифтовая графика как основной элемент
- Минимализм
- Арт-объект
- Акцент на сезонность: ваш логотип можно разместить на уже готовые серийные дизайны стаканов, что сэкономит бюджет, но все также поможет отстроиться от конкурентов.

7. Тактильный эффект

- SoftTouch-лакировка, матовые или глянцевые покрытия создают «ощущение бренда» в руках.
- Тактильность напрямую влияет на восприятие качества.

Наши менеджеры и техническая служба всегда подскажут вам, как сделать ваши стаканы лучше, учтут все пожелания и предложат наилучший оптимальный вариант. С нами ваша упаковка будет работать на бренд каждый день.

МОСТАР

ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ
СТАКАНОВ И ПАКЕТОВ

m-tar.ru

8 (800)222-31-22

г. Москва, Варшавское шоссе, 268с1

info@m-tar.ru

ООО "Престиж-Пак»

Чек-лист: 9 способов усилить айдентику бренда через дизайн бумажных пакетов

Ваш пакет – это носитель бренда, который попадает за пределы кофейни, ресторана или магазина. От его дизайна зависит, насколько бренд будет узнаваем, и будет ли он работать на репутацию компании. Этот чек-лист поможет проверить, насколько эффективно ваши пакеты формируют фирменную айдентику вашего бренда.

1. Соответствие фирменному стилю

Все элементы пакета: цвета, шрифты, логотип должны быть едины с другими носителями бренда. Несоответствие снижает узнаваемость и создаёт впечатление несистемности.

2. Видимость бренда на расстоянии

Логотип и ключевые элементы дизайна должны быть считываемы с нескольких метров. Это важно для оживлённых пространств: улицы, торговые центры, фуд-корты.

3. Дизайн ручек и конструкция

Ручки – это не только функциональная деталь, но и часть имиджа. Прочная и эстетичная ручка подчёркивает качество бренда, а печать на ней создаёт уникальность и привлекает дополнительное внимание.

4. Передача ценностей бренда

Слоганы, фирменные элементы или даже лаконичные фразы на пакете транслируют то, за что вас ценят клиенты: заботу, премиальность, доступность или экологичность.

МОСТАР

ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ
СТАКАНОВ И ПАКЕТОВ

m-tar.ru

8 (800)222-31-22

г. Москва, Варшавское шоссе, 268с1

info@m-tar.ru

ООО "Престиж-Пак»

5. Материал и фактура

Экологичные материалы, плотная бумага, тактильные эффекты (матовая или Soft Touch-поверхность) формируют у клиента ощущение качества и внимания к деталям.

6. Согласованность с другими носителями

Пакет должен визуально перекликаться с вашей другой упаковкой (стаканами, коробками, этикетками) и цифровыми каналами. Это усиливает целостность бренда и облегчает его запоминание.

7. Эмоциональное восприятие

Дизайн должен вызывать правильные ассоциации у вашей аудитории: доверие и комфорт для кафе, премиальность для ресторанов, доступность и узнаваемость для ритейла и тд.

8. Функциональность и удобство

Размер, прочность и форма пакета должны быть практичны. Для клиента важно, чтобы пакет выдерживал нагрузку и был удобен в использовании – это напрямую влияет на восприятие бренда.

9. Визуальный акцент или «вау-эффект»

Оригинальная иллюстрация, паттерн или необычное дизайнерское решение делают пакет предметом внимания. Такой носитель часто «живёт» дольше, его сохраняют или фотографируют, а значит, бренд получает бесплатную рекламу.

МОСТАР

ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ
СТАКАНОВ И ПАКЕТОВ

m-tar.ru

8 (800)222-31-22

г. Москва, Варшавское шоссе, 268с1

info@m-tar.ru

ООО "Престиж-Пак»

10 ошибок в оформлении бумажной упаковки, которые мешают узнаваемости бренда

Ваш пакет – это носитель бренда, который попадает за пределы кофейни, ресторана или магазина. От его дизайна зависит, насколько бренд будет узнаваем, и будет ли он. Бумажные стаканы и пакеты – это больше, чем упаковка. Для кофеен, ресторанов и ритейла они становятся «ходячей рекламой» и работают на узнаваемость бренда. Но часто именно дизайн мешает достичь нужный эффект. Мы собрали 10 самых распространённых ошибок, которые встречаются при разработке дизайна упаковки.

1. Слишком мелкий логотип

Если логотип нужно рассматривать вблизи, он теряет ценность. На улице, в торговом центре или в соцсетях ваш бренд просто не заметят. Оптимально: логотип должен быть читаем с нескольких метров.

2. Перегрузка графикой

Избыточные рисунки и детали делают стакан или пакет «шумным» и тяжёлым для восприятия. В результате клиент не видит главного – бренда. Лучше оставить один-два акцента.

3. Случайные цвета (не из брендбука)

Когда на упаковке появляются оттенки, не связанные с фирменным стилем, теряется целостность айдентики. Клиент может даже не ассоциировать пакеты и стаканы с вашей компанией.

МОСТАР

ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ
СТАКАНОВ И ПАКЕТОВ

m-tar.ru

8 (800)222-31-22

г. Москва, Варшавское шоссе, 268с1

info@m-tar.ru

ООО "Престиж-Пак»

4. Плохая читаемость шрифтов

Сложные или слишком мелкие шрифты мешают считыванию информации. Если клиент не может прочесть название или слоган, бренд теряет возможность донести сообщение.

5. Нет единого стиля между пакетами и стаканами

Разные визуальные решения на пакетах и стаканах сбивают с толку. Единый стиль создаёт эффект системы и повышает доверие к бренду.

6. Дешёвый вид за счёт плохого качества печати

Размытые цвета, смазанный логотип или некачественная бумага формируют ощущение «дешёвого продукта». Для кафе и ресторанов это риск: даже при отличном кофе низкокачественный бумажный стакан и пакет может снизить восприятие бренда. Поэтому крайне важно выбрать надежного производителя.

7. Нет связки с фирменной айдентикой

Если упаковка выглядит как отдельный продукт, не связанный с фирменным стилем, клиент не закрепляет в памяти ассоциацию с брендом. Важно, чтобы упаковка «говорила тем же языком», что и остальные материалы.

8. Игнорирование трендов

Дизайн, застрявший в прошлом, делает бренд менее актуальным в глазах аудитории. Особенно это заметно в сегменте кофеен и ресторанов, где визуальный стиль часто является частью конкурентного преимущества.

МОСТАР

ПРОИЗВОДСТВО БУМАЖНЫХ
СТАКАНОВ И ПАКЕТОВ

m-tar.ru

8 (800)222-31-22

г. Москва, Варшавское шоссе, 268с1

info@m-tar.ru

ООО "Престиж-Пак»

9. Отсутствие «вау»-элементов

Упаковка без изюминки – это просто тара. Эффектная иллюстрация, необычный шрифт или скрытый элемент, например, печать на ручках, превращают упаковку в инструмент маркетинга.

10. Универсальный дизайн без уникальности

Обезличенный стакан или пакет не вызывает эмоций и не формирует запоминание. В итоге бренд теряется среди конкурентов. Уникальный элемент, даже маленькая деталь, делает бренд узнаваемым.

Для наших клиентов упаковка – это стратегический инструмент, а не расходный материал. Мы это понимаем и вместе с вами создаем качественный и уникальный фирменный носитель.