

**ODLOČITVE O  
BLAGOVNI ZNAMKI  
EMBALIRANJE IN ETIKETIRANJE**



Prosojnice pripravila:  
dr. MAJA KONEČNIK

---

---

---

---

---

---

---

---

**VSEBINA PREDAVANJA**

✓ Blagovna znamka

✓ Odločitve o blagovni znamki  
(ime, orodja za razvoj, strategije)

✓ Embaliranje in etiketiranje

---

---

---

---

---

---

---

---

**OPREDELITEV BLAGOVNE ZNAMKE**

**BLAGOVNA ZNAMKA**

je ime, izraz simbol, oblika ali kombinacija naštetega; Namenjena je **prepoznavanju** izdelka ali storitve enega ali skupine prodajalcev ter **razlikovanju** te ponudbe od konkurenčnih.



---

---

---

---

---

---

---

---

## FUNKCIJE BLAGOVNE ZNAMKE

### Z VIDIKA SKRBNIKA (PONUDNIKA)

- ✓ Zagotavljanje pravne zaščite
- ✓ Razlikovanje izdelka/storitve od konkurenčnih izdelkov/storitev
- ✓ Omogoča višjo ceno
- ✓ Opravlja funkcijo tržnega komuniciranja
- ✓ Vpliva na povečanje tržnega deleža
- ✓ Olajša segmentacijo trga
- ✓ Omogoča ustvarjati tesnejši stik med proizvajalcem in porabnikom
- ✓ Prispeva k izgradnji podobe podjetja
- ✓ Krepi zvestobo kupcev (ponovni nakup, priporočila)

### Z VIDIKA PORABNIKA

- ✓ Olajša prepoznavanje izdelka/storitve od konkurenčnih izdelkov/storitev
- ✓ Omogoča boljše preglednost in dostop do informacij na trgu
- ✓ Olajša cenovne primerjave
- ✓ Zagotavlja mu kakovost izdelkov/storitev
- ✓ Zagotavlja mu boljše prodajne storitve
- ✓ Olajša nakup
- ✓ Zmanjšuje občutek tveganja

---

---

---

---

---

---

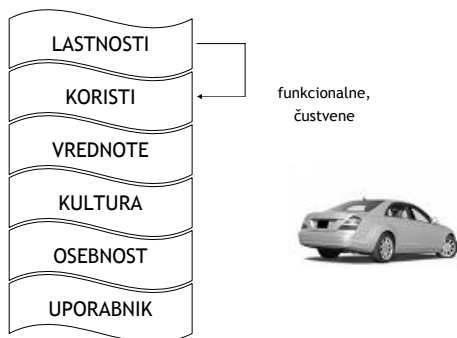
---

---

---

---

## POMENSKE RAVNI BZ




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## PRISTOPI K UGOTAVLJANJU POMENA BZ

### BESEDNE ASOCIACIJE

Katere besede vam pridejo na misel, ko slišite ime ...

### OPIS BZ KOT OSEBNOSTI

Na katero osebo ali žival pomislite pri omembi imena ...

### LESTVIČENJE ZA UGOTAVLJANJE BISTVA BZ

Zakaj, zakaj, zakaj ...

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## IDENTITETA BZ

Pogled na BZ z notranjega vidika  
(vidik managerjev, skrbnikov BZ, zaposlenih)

- ✓ ime, logotip, barva, slogan, simbol
- ✓ obljuba o posredovanju lastnosti, koristi, vrednot - poslanstvo in vizija BZ
- ✓ pogodba o tem, kako bo BZ delovala

Vsaka notranja interesna skupina  
mora 'živeti z BZ'

---

---

---

---

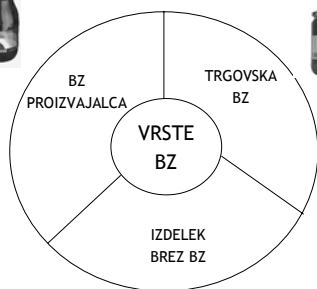
---

---

---

---

## RAZVITI LASTNO BZ ?



---

---

---

---

---

---

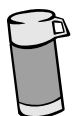
---

---

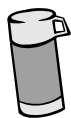
## BZ PROIZVAJALCA vs. TRGOVSKA BZ

- ✓ Prednosti in slabosti BZ proizvajalca vs. trgovskim BZ ?
- ✓ Kakovost BZ proizvajalca vs. trgovskim BZ ?
- ✓ Boj trgovskih BZ in njihov pomen danes?

SKRITI TEST !



Coca-Cola



Pepsi



Mercator-cola

---

---

---

---

---

---

---

---

## IME BZ

- ✓ Omeni naj koristi izdelka
- ✓ Omeni naj vrsto izdelka ali storitve
- ✓ Omeni naj konkretne, 'zelo domišljajske' značilnosti
- ✓ Preprosto naj se izgovori, naglasi, prepozna in zapomni
- ✓ Naj bo razločevalno
- ✓ Naj nima slabih pomenov v drugih državah in jezikih

**natureta®** 

OT, Družba za oblikovanje, d.o.o. Koper, priča s, Ljubljana

---

---

---

---

---

---

---

---

## STRATEGIJE IMEN BZ

1. Posamična imena



2. Krovna družinska imena



3. Ločena družinska imena za vse izdelke



4. Ime podjetja, povezano s posamičnimi imeni izdelka

**gorenje**

---

---

---

---

---

---

---

---

## ORODJA ZA RAZVOJ BZ

- ✓ Odnosi z javnostmi in izjave za tisk
- ✓ Sponzorstva
- ✓ Klubi in skupnosti porabnikov
- ✓ Obiski tovarne
- ✓ Poslovne razstave
- ✓ Trženje, povezano z dogodki
- ✓ Javni objekti
- ✓ Trženje ob podpori dobroteljskih namenov
- ✓ Visoka vrednost za porabljeni denar
- ✓ Osebnost ustanovitelja ali BZ
- ✓ Trženje prek telefonov

Vloga oglaševanja?

---

---

---

---

---

---

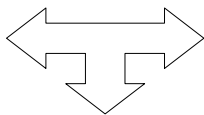
---

---

## STRATEGIJE BZ

BZ s poudarkom na delovanju

izdelek,  
cena



BZ s poudarkom na doživetju

pomemben stik

BZ s poudarkom na podobi

slavne osebe,  
razločevalne oblike,  
oglaševanje

---

---

---

---

---

---

---

---

## STRATEGIJE BZ

		KATEGORIJA IZDELKA	
		OBSTOJEČA	NOVA
IME BZ	OBSTOJEČE	ŠIRITEV SKUPINE IZDELKOV	ŠIRITEV BZ
	NOVO	VEČ BZ	NOVA BZ

---

---

---

---

---

---

---

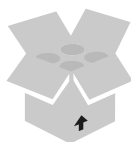
---

## EMBALIRANJE

... vse dejavnosti oblikovanja in izdelovanja škatle ali ovoja za izdelek.

EMBALAŽA - škatla ali ovoj:

- ✓ osnovna embalaža
- ✓ sekundarna embalaža
- ✓ prevozna embalaža




---

---

---

---

---

---

---

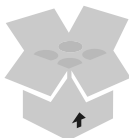
---

## KLJUČNE ODLOČITVE GLEDE EMBALAŽE

Embalaža naj bo takšna, da se bo izdelek v njej dobro prodajal!

Pozorni moramo biti na:

- ✓ Ustrezno velikost
- ✓ Lep videz
- ✓ Primerne barve
- ✓ Primerne materiale (skrb za okolje)
- ✓ Zaščito izdelka
- ✓ Praktičnost za uporabo
- ✓ Ustreznost za trgovske posrednike
- ✓ Ustreznost želeni podobi izdelka
- ✓ Ekonomičnost (stroški!)



---

---

---

---

---

---

---

---

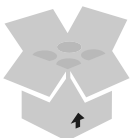
## ETIKETIRANJE

### OZNAKA

- ✓ preprosta nalepka na izdelku .... dovršena grafika, ki je del embalaže
- ✓ le ime BZ ... veliko informacij
- ✓ informacije - zakonsko določene

### FUNKCIJE OZNAKE

- ✓ identifikacijska
- ✓ razvrščevalna
- ✓ opisovalna
- ✓ komunikacijska



---

---

---

---

---

---

---

---