

Ambalaj Devrimi III : Konuşan Paketler

Ambalajlı tüketici ürünlerindeki inanılmaz rekabet ve herhangi bir sektörde “işe yarayan” bir uygulamanın kısa sürede rakipler tarafından da kullanılmaya başlanması, raf önünde sürekli kafa karışıklığı yaşayan insanların seçim yapmalarını da epey zorlaştırıyor. Bunun sonucunda ortaya çıkan yeni bir ambalaj dalgası ise, sadece içindekinin ne işe yaradığını anlatan, deyim yerindeyse “ben buyum” diyen ambalajlar.

Bu “konuşan paketler”, karmaşa karşısında ne satın alacağına karar vermekte zorlanan ve onlarca kategoride yapacağı günlük alışverişi hemen hemen hiç düşünmeden yapan, yapmak zorunda kalan, yapmak isteyen modern ve şehirli bireyin hayatını müthiş derecede kolaylaştırıyor: Bulaşık deterjanı mı alınacak; el hemen, üzerinde “Bulaşıkları ben yıkarım” diyen kutuya gidiyor. İçinde vitamin olan sağlıklı bir içecek mi istedi canımız; gözler ilk olarak, üzerinde “Vitaminli su” yazan şişeyi buluyor.

Çoğu minimalist olarak nitelendirilemeyecek kadar kaba, ancak kontrast renklerin ve tipografinin akıllı ve zaman zaman esprili bir şekilde kullanıldığı “konuşan paketler”, birçok marka için raf karmaşasından kurtulmanın yeni formülü olabilir.

Geleneksel İngiliz çay kurabiyeleri arasında kendine has bir yeri olan Jaffa Cakes üç-dört yıl önce Williams Murray Hamm’ın dokunuşuyla, böyle bir ambalaj kullanmaya başladı ve bambaşka bir algı yörüngesine geçti. Bu yeni tasarım, “konuşan paketler”in gücünün marka yöneticileri tarafından fark edilmesini sağladı. Birleşik Krallık’ta kişisel bakım kategorisinde hızla büyüyen Original Source serisinin çok iyi bir şekilde kullandığı “konuşan paketler”, markaya ruh ve tavır verme konusunda da benzersiz bir role sahip. Avustralya’daki Viktorya Alpleri’nin zirvesinde, 70 metre derinlikteki yeraltı kuyularından çıkarılan Another Bloody Water da, “konuşan paketler”in iyi örneklerinden biri... Ambalajı farklılaşmayan yeni markaların yaşama şansının hiç olmadığı bir kategoride, kategori ile dalga geçerek rakiplerden ayrılan Another Bloody Water ambalajından gelen sempatisi ile, bir anda içmek istediğimiz bir suya dönüştü.

Reklam ajanslarındaki metin yazarlarının zekalarına da hürmet eden bu “konuşan paketler” akılları ile, cüzdanimızdaki paraları çekme gücüne sahipler. Milyonlarca insanın beş, on liralık alışverişlerini kafayı hiç yormadan yapmalarını sağlayan “konuşan paketler”i yarın çok daha fazla göreceğimiz kesin. Bakalım Türkiye’de bu trene ilk kim binecek?

