NEW MEDIA

ДЕТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ПЕРЕД ДРУКОМ

ЯК ПІДГОТУВАТИ ЕТИКЕТКИ ДО ДРУКУ?





ХТО МИ?

New Media — це цифрова **друкарня** повного циклу
з власним виробництвом в Одесі.

Друкарня **виготовляє** упаковку, друкує рекламну
поліграфію, етикетки і наліпки в рулонах, а також приймає
замовлення на широкоформатний друк.

WWW.NEWMEDIA.UA

Ми виготовляємо



ДЛЯ ФАХІВЦІВ

Карти різних видів



ДЛЯ БІЗНЕСУ

Рекламну поліграфію



ДЛЯ БРЕНДІВ

Упаковку



ДЛЯ ВИРОБНИКІВ

Етикетки та наклейки

Наші переваги

1. **Гарантія якості**
   У разі виробничого браку — повний безкоштовний передрук.

2. **Сервіс під ключ**
   Допомагаємо з макетами, дизайном, підготовкою до друку.

3. **Унікальне обладнання**
   MGI для фольгування і лаку, AccurioLabel для цифрового рулонного друку.

4. **Онлайн-сервіс**
   Для стандартної продукції — все можна зробити самостійно в кілька кліків на сайті: https://shop.newmedia.ua/

Наші переваги

5. **Гнучка система оплати**

   Приймаємо будь-які види оплат, працюємо з ФОП, ТОВ, бюджетними установами.

6. **Зберігаємо ваші макети роками**

   Потрібен повторний наклад через рік? Просто напишіть нам — і ми його відразу надрукуємо.

7. **Персоналізований підхід**

   Ваш постійний менеджер знає ваші потреби напам’ять.

8. **Працюємо навіть у вихідні**

   За домовленістю.

ЧЕК-ЛИСТ

Підготували для вас **детальний чек-лист** — що варто перевірити перед друком етикетки, щоб уникнути поширених помилок і бути впевненими в результаті.

Чи зрозуміло, що це за продукт?

Перевірте, чи може людина за 2–3 секунди зрозуміти, **що це за товар** і до якої категорії він належить.

Що перевірити:

- Назва продукту не повинна бути абстрактною — **без пояснення категорії**.
- Візуальний образ має допомагати **зрозуміти** продукт, а не створювати плутанину.
- Ключова інформація повинна **легко зчитуватися** навіть при швидкому погляді на полиці.
- Якщо продукт новий або незнайомий — **категорія повинна читатися** максимально очевидно.

Чи зрозуміло, що це за продукт?



Чи є один головний аргумент?

Етикетка повинна доносити **одну ключову перевагу**. Якщо говорити одразу про все — увага покупця розсіюється.

Типова помилка:

«Натуральний», «еко», «преміум», «доступний», «інноваційний», «ручна робота» — **усе разом = нічого не запам’ятовується.**

Що перевірити:

- Чи є одна **головна думка**, яка читається першою?
- Чи винесена **ключова перевага** в помітну зону?
- Чи **не конкурують** між собою кілька повідомлень?
- Чи відповідає ця перевага **очікуванням** аудиторії?

Чи є один головний аргумент?



Чи легко читається текст?

Навіть гарний дизайн не працює, якщо текст складно швидко прочитати.

Оцінюйте читаність не лише на екрані, а й у **реальному розмірі друку.**

Що перевірити:

- Чи достатньо **великий шрифт** у ключових елементів?
- Чи є хороший **контраст** між текстом і фоном?
- Чи не використовуються **складні** або декоративні шрифти?
- Чи **не перевантажені** текстові блоки?
- Чи читається **назва і головна вигода** з відстані полиці?

Чи легко читається текст?



Чи легко читається текст?

Практичний тест:

- Надрукуйте макет у масштабі 100%.
- Подивіться на нього з відстані 1–1,5 метра.
- Перевірте, що можна прочитати за кілька секунд.
- Оцініть вигляд при поганому освітленні та під бліками.

Наклейте вашу етикетку на реальну упаковку

Чи легко читається текст?



Чи правильно працює штрихкод?

Штрихкод — це функціональний елемент, а не частина дизайну. Помилки можуть призвести до проблем на касі, у логістиці та продажах.

Що перевірити:

- Чи достатня якість друку штрихкода?
- Чи не спотворюється код через вигин упаковки?
- Чи є навколо нього вільна (тиха) зона?
- Чи не перекривають його графічні елементи?
- Чи відповідає розмір вимогам скануючого обладнання?

Перевірте вже надруковані зразки, а не тільки макет

Чи легко читається текст?

Належні характеристики штрих-коду



Чисті порожні зони

Правильний розмір

Успішне сканування



Сканер зчитує код

Штрих-код, що не зчитується

Пошкоджений штрих-код



Неможливо відсканувати

Спотворений штрих-код



Неможливо відсканувати

Чи відповідає етикетка вимогам законодавства?

Цей пункт важливо перевіряти окремо для України та для експорту.

Що перевірити для України?

Косметика

- Назва продукту
- Функція продукту (якщо неочевидна)
- Дані про виробника / відповідальну особу + адреса
- Номінальний об’єм / маса
- Склад (INCI)
- Термін придатності або PAO
- Номер партії (batch)
- Попередження щодо використання (якщо потрібні)
- Країна походження (якщо застосовується)
- Інформація українською мовою

Для харчових продуктів

- Назва продукту
- Дані про виробника або імпортера
- Склад продукту *(алергени обов’язково виділяються)*
- Маса / об’єм / кількість
- Термін придатності
- Умови зберігання (якщо необхідні)
- Країна походження (у визначених випадках)
- Номер партії (batch)
- Обов’язкові попередження (залежно від категорії)
- Інформація українською мовою

Чи відповідає етикетка вимогам законодавства?

Що перевірити для ЄС?

Косметика

- Назва продукту
- Функція продукту (якщо неочевидна)
- Дані про відповідальну особу в ЄС + адреса
- Номінальний об’єм / маса
- Склад (INCI)
- Термін придатності або PAO
- Номер партії (batch)
- Попередження та умови використання
- Країна походження (для імпортної продукції)
- Мова країни продажу

Для харчових продуктів

- Назва продукту
- Дані про оператора ринку в ЄС
- Склад продукту *(алергени обов’язково виділяються)*
- Кількість (маса / об’єм)
- Термін придатності
- Умови зберігання та/або використання
- Країна походження (у визначених випадках)
- Харчова (поживна) цінність
- Номер партії (batch)
- Мова країни продажу

👉 В ЄС жорсткіше, ніж в Україні:

- для їжі обов’язкова **таблиця харчової цінності**,
- для косметики — обов’язкова **відповідальна особа в ЄС.**

Чи підходить матеріал етикетки під умови використання?

Навіть ідеальний дизайн не працює, якщо етикетка псується в реальних умовах. Матеріал і друк повинні відповідати середовищу використання.

Що перевірити:

- Стійкість до вологи та конденсату.
- Стійкість до холоду та заморозки.
- Перепади температур.
- Стійкість до тертя при транспортуванні.
- Вплив олій, жиру, хімії або косметики.
- Збереження вигляду при тривалому зберіганні.

Умова використання	Що перевірити
Холодильник / морозильник	Клей, стійкість до конденсату, відсутність відшарування
Вологе середовище	Вологостійкість матеріалу та фарби
Транспортування в коробах	Стійкість до стирання та подряпин
Часте дотикання руками	Ламінація, захист від затирання
Нерівна або гнучка тара	Адгезія, деформація, читаність після наклеювання

Чи відповідає етикетка ціні продукту?

Дизайн формує очікування про якість і ціну.

Якщо є невідповідність — покупець не довіряє або не купує.

Що перевірити:

- Чи відповідає дизайн сегменту: економ / середній / преміум.
- Чи виглядають матеріали та друк достатньо якісно.
- Чи не створює етикетка відчуття дешевизни для дорогого продукту.
- Чи не виглядає дизайн занадто «дорого» для доступного сегменту.
- Чи відповідає стиль очікуванням у цій категорії.

Чи відповідає етикетка ціні продукту?



Чи потрапляє дизайн у цільову аудиторію?

Етикетка має бути не просто гарною, а зрозумілою та близькою саме вашому покупцю. Один і той самий дизайн може працювати по-різному для різних аудиторій.

Що перевірити:

- Чи відповідає стиль віку та очікуванням аудиторії.
- Чи зрозумілі мова і тон комунікації.
- Чи доречні кольори, візуали та акценти.
- Чи схожий дизайн на те, чому довіряє ваш покупець.
- Чи не виглядає продукт «чужим» серед конкурентів.

Питання	Що це допомагає зрозуміти
Для кого продукт?	Базовий портрет покупця
Що для нього важливо?	Ключові фактори вибору (ціна, склад, статус, зручність, безпека)
Де він купує товар?	Канал продажу (супермаркет, маркетплейс, спеціалізована мережа)
Як він вибирає?	Поведінка: швидко очима або уважно читає деталі
Що змусить його обрати саме цей продукт?	Ключовий тригер покупки

Чи не перевантажена етикетка?

Занадто багато інформації = втрата фокусу.

Покупець не розуміє, на що дивитися в першу чергу.

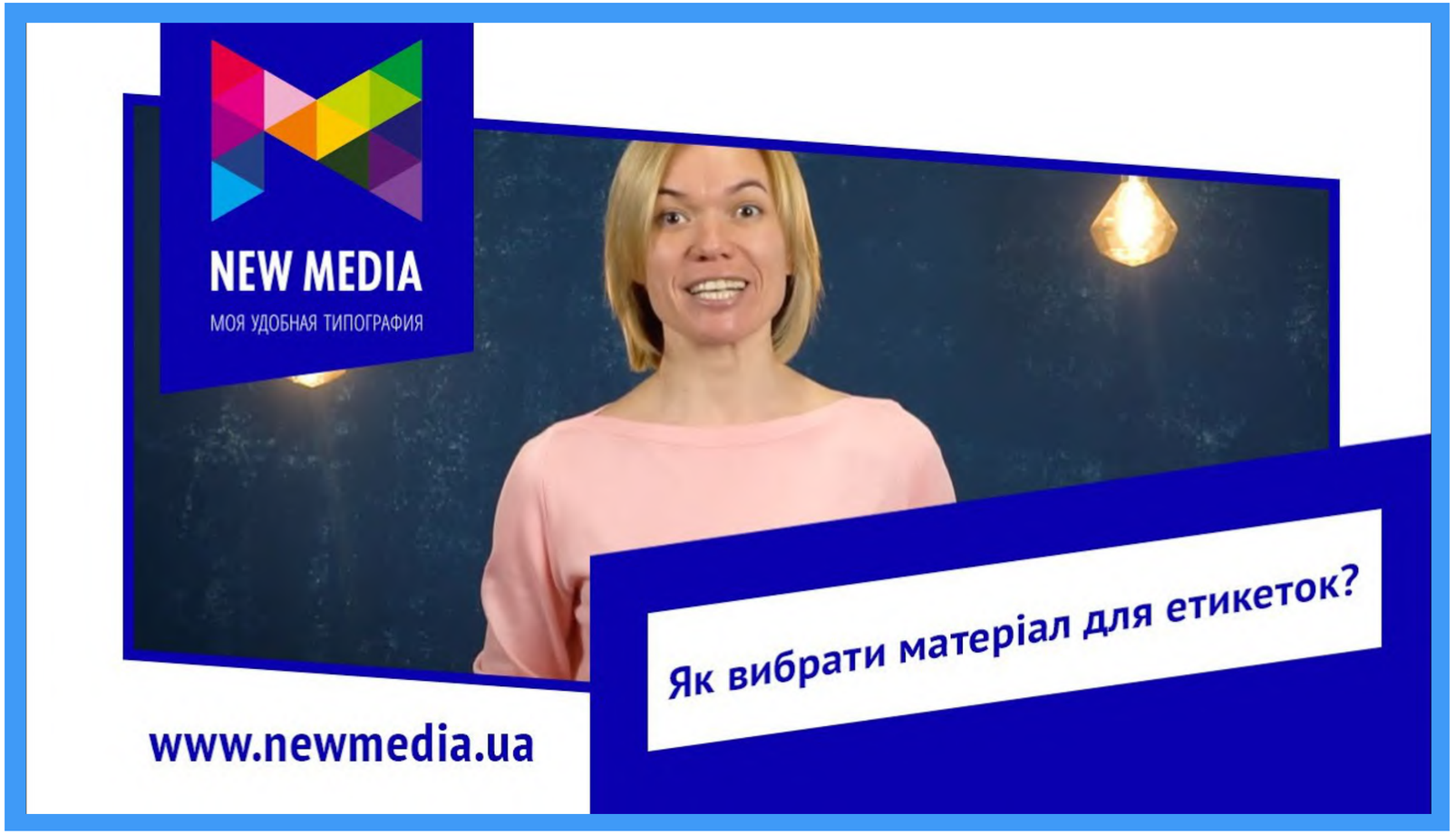
Що перевірити:

- Кілька однаково сильних акцентів.
- Занадто багато шрифтів і кольорів.
- Довгі тексти на лицьовій частині.
- Відсутня візуальна ієрархія.
- Важлива інформація губиться серед другорядної.

👉 **«якщо все важливо — нічого не важливо»!**

Наклейте вашу етикетку на реальну упаковку

Як обрати матеріал для друку?



https://www.youtube.com/watch?v=NzTdyrbMNqo

ВИСНОВОК

Етикетка — це не лише дизайн,
а **інструмент**, який напряму впливає на продажі,
довіру та зручність роботи з товаром.

Якщо вона не працює — бізнес **втрачає гроші** ще до того,
як продукт потрапляє в кошик покупця.

Контакти

NEW MEDIA

E-MAIL

sales@newmedia.ua

АДРЕСА

Одеса

Дальницька, 25/3

PHONE

+380678347770

+380734847770