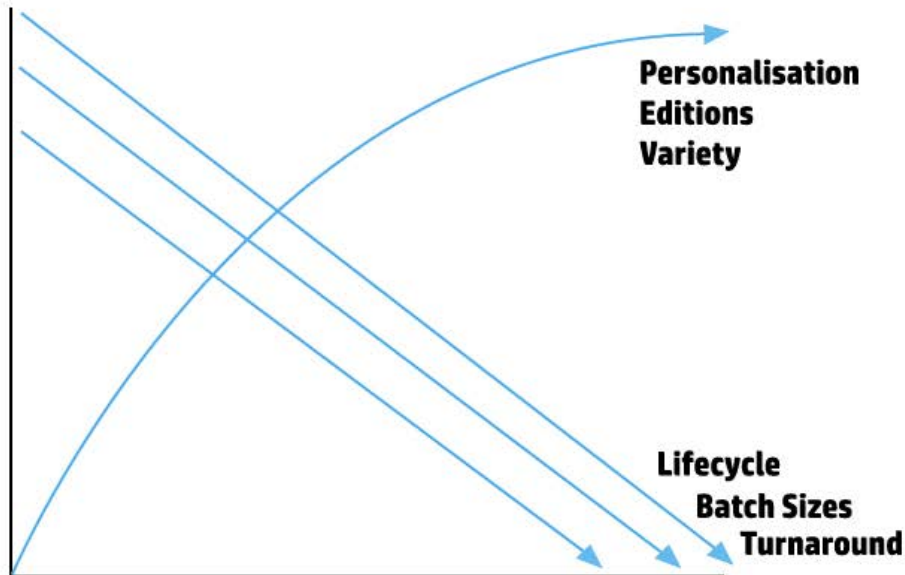


# Market trends of Consumer Package Goods are shifting to Digital era

produce **What** consumers need, **when** consumers need it, **how** consumers need it



**Digitaalisella painotekniikalla on mahdollista:**

**painaa suoraan tiedostosta materiaalille**

**jokainen yksittäinen pakkaus voi olla uniikki**

**voidaan joko määritellä tai satunnaisesti arpoa muuttuva  
elementti**

**painaa piensarjoja nopeasti ja kustannustehokkaasti**

**erittäin laadukkaalla painojäljellä**

WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK 



JANICA JARKKO PETRI VILLE JARNO

WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK 



TEEA KRISTIINA VESA ARTO TUULA

WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK 



ILKKA VILLE JOONAS JONAS JERE

WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK 



KATI MARKKU JANNE TEEMU KEIJO

WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK 

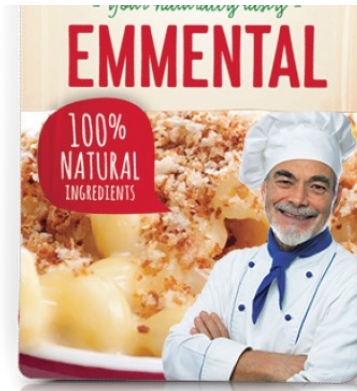
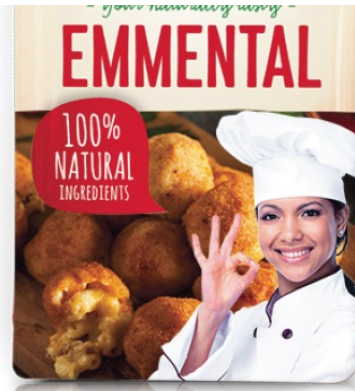
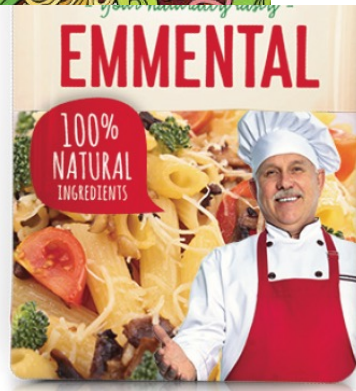
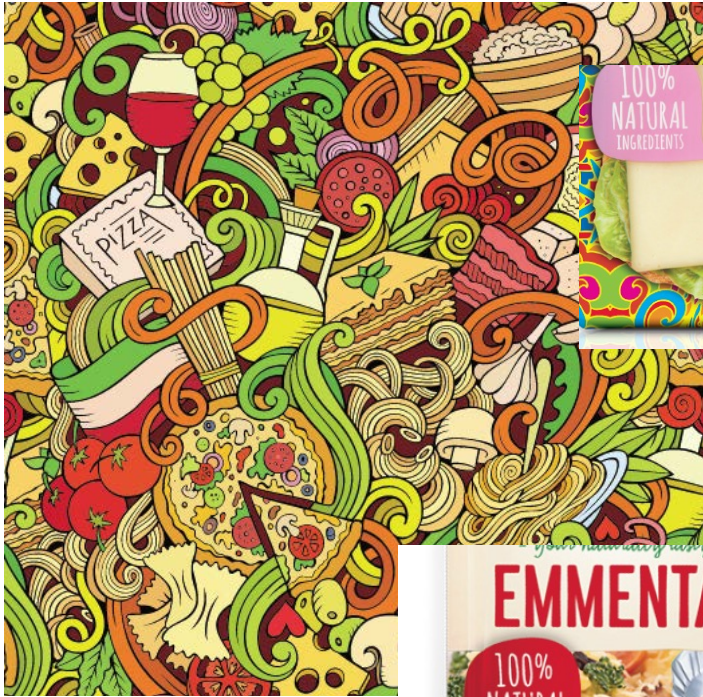


JARKKO JAAKKO MIKAEL SAMU JUSA

WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK  WESTPAK 



JONI LASSI TONI JAAN JONNE



GIVE IT  
SOME COLOR



**Hyödynnä pakkausta markkinointikanavana – pakkaus on suora yhteys kuluttajaan**

**Osallista kuluttaja – anna hänen kertoa innostuneena muille, kuluttajan omat kuvat, some, tekstit, reseptit**

**Pienemmät eräkoot järkevästi – nopeat designmuutokset, kampanjat, koelanseeraukset**

**Personointi ja muuttuva data- kohderyhmät, muuttuvat koodit ja kilpailut, pakkauksen viestinnän yhdistäminen muuhun digitaaliseen sisältöön**

**MUISTA OTTAA MUKAAN OMA NIMIKKO KARKKIPUSSI!**

**KIITOS!**

[Jonas.skuthalla@westpak.fi](mailto:Jonas.skuthalla@westpak.fi)  
[arto.musakka@westpak.fi](mailto:arto.musakka@westpak.fi)