Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор - проректор

Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3c 01 9f 6f c8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ФТД.02 Деловой иностранный язык

Учебный план: 2026-2027 29.03.05 ИТМ КШИ ОО №1-1-3.plx

Кафедра: 62 Международных коммуникаций

Направление подготовки: (специальность) 29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности

Профиль подготовки: (специализация) Конструирование швейных изделий

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа: Практ. занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
5	УП	32	39,75	0,25	2	Зачет
	РПД	32	39,75	0,25	2	
Итого	УП	32	39,75	0,25	2	
	РПД	32	39,75	0,25	2	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности, утверждённым приказом Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 962

Составитель (и):

доцент	_____	Назарчук Юлия Ивановна
От кафедры составителя: Заведующий кафедрой международных коммуникаций	_____	Климова Светлана Владимировна
От выпускающей кафедры: Заведующий кафедрой	_____	Сурженко Евгений Яковлевич

Методический отдел:

_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать языковые и коммуникативные компетенции обучающегося, достаточные для осуществления ими устных и письменных деловых контактов с иностранными партнерами в ходе их профессиональной деятельности, а также для изучения зарубежного опыта в профессиональной сфере.

1.2 Задачи дисциплины:

Научить всем видам чтения оригинальной литературы по деловому общению (отчеты, деловая корреспонденция, основные виды документов на предприятии), а также показать, как выделять значимую информацию;

Научить восприятию на слух речи собеседника в ходе беседы делового характера, познакомить со способами извлечения необходимой информации из несложных текстов делового характера;

Предложить подходы в создании диалогов / беседе делового характера (прием зарубежных специалистов, деловые переговоры, деловое общение по телефону), соблюдая нормы и этикет делового общения;

Представить структуру делового письма и стандартные речевые клише, принятые в деловой корреспонденции; научить писать деловое письмо требуемого типа (сопровождения, подтверждения, претензии и т.д.).

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Русский язык и культура речи

Иностранный язык

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Знать: структуру делового письма и стандартные речевые клише, принятые в деловой корреспонденции
Уметь: написать деловое письмо требуемого типа (сопровождения, подтверждения, претензии и т.д.); участвовать в диалоге / беседе делового характера, соблюдая нормы и этикет делового общения
Владеть: всеми видами чтения оригинальной литературы по деловому общению с выделением значимой информации, правилами ведения деловой переписки и этикетом делового общения.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)			
Раздел 1. Основы делового общения.	5				Пр
Тема 1. Основы межкультурной коммуникации. Повторение времен активного залога.		4	5		
Тема 2. Деловой этикет в России и в стране изучаемого языка. Повторение времен пассивного залога.		6	5		
Тема 3. Как представить себя и свою компанию/работодателя. Повторение причастия и причастных конструкций.		4	5		
Тема 4. Корпоративные контакты		2	5		
Раздел 2. Виды коммуникации при деловом общении					К
Тема 5. Структура делового письма и электронного письма. Повторение инфинитива и инфинитивных конструкций.		6	5		
Тема 6. Типовые фразы и обороты деловой корреспонденции. Повторение герундия и герундиальных конструкций		4	5		
Тема 7. Общение по телефону. Повторение модальных глаголов.		4	5		

Тема 8. Написание письма (любая корреспонденция)		2	4,75		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		32	39,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		32,25	39,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
УК-4	Раскрывает сущность основ межкультурной коммуникации в рамках ситуативный ролевой игры, освещает правила ведения деловой беседы в тренировочных диалогах; отражает знания использования типовых фраз и оборотов деловой корреспонденции при написании деловых писем. Ведет деловую переписку с зарубежными партнерами; осуществляет деловую коммуникацию, руководствуясь правилами этикета деловой жизни стран изучаемого языка. Аргументировано излагает собственную точку зрения в деловом общении на иностранном языке; ведет деловую корреспонденцию; осуществляет поиск информации делового и рекламного текста.	

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Подробное обсуждение предложенной темы делового общения с аргументировано сформулированной собственной точкой зрения, демонстрирующие грамотное владение речью и общую языковую эрудицию; понимание высказываний на деловые темы и свободное участие без предварительной подготовки в диалоге на темы делового общения, предусмотренные программой.	
Не зачтено	Неумение составить простое предложение без ошибок, непонимание общего смысла устного сообщения на знакомую тему делового общения и незнание лексики большей части тем для ведения диалога, а также неумение отвечать на вопросы, понимать даже замедленную упрощенную речь и вести диалог на знакомую тему делового общения.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 5	
1	Межкультурная коммуникация

2	Деловая корреспонденция и официальный стиль.
3	Деловой этикет в России.
4	Деловой этикет в странах изучаемого языка.
5	Особенности общения по телефону
6	Правила ведения переговоров
7	Представление компании (история, основная сфера деятельности, клиенты, товары/услуги).

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания находятся в Приложении к данной РПД.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

Допуском к зачету является

1. успешное освоение всех разделов, указанных в п.3 РПД;
2. зачтенная итоговая контрольная работа.

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Содержание зачета:

Беседа с преподавателем в рамках пройденных тем без предварительной подготовки. Выполнение практико-ориентированного задания.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Федоров, В. А., Гиляровская, Т. В., Лебедева, О. В., Федорова, В. А.	Французский язык для неязыковых специальностей вузов	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	http://www.iprbookshop.ru/111492.html
Костерина, Ю. Е., Ласица, М. В., Вязигина, С. Ю.	Деловой английский язык = Business English	Омск: Омский государственный технический университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/115417.html
Лалетина, Н. Д., Сурмятова, Ю. В.	Деловой немецкий язык	Тюмень: Тюменский индустриальный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/101441.html
Разумовская, В. А., Климович, Н. В., Валькова, Ю. Е.	Профессионально ориентированная коммуникация на английском языке для экономистов = Professionally-oriented Communication in English for Economists	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2018	http://www.iprbookshop.ru/84101.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Бойкова А.С., Санникова О.И.	Деловой иностранный язык (французский)	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2021	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202106
Санникова О. И., Шликевич Т. И.	Французский язык. 2 курс	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201954

Сидоренко, Л. Л.	Wir pflegen Geschäftskontakte	Москва: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/60811.html
Володина, Л. М.	Деловой немецкий язык	Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет	2016	http://www.iprbookshop.ru/61842.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: http://www.iprbookshop.ru/
2. Единый портал интернет - тестирования в сфере образования [электронный ресурс] – https: //i- exam.ru
3. Информационно-образовательная среда заочной формы обучения СПбГУПТД [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edu.sutd.ru/moodle/
4. Oxford University Press Blog [Электронный ресурс] .— Режим доступа: http://learnenglishwithoxford. com.
5. Cambridge English [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cambridgeenglish.org
6. Digitale Sammlungen der Universitätsbibliothek Weimarx [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://digitalesammlungen.uni-weimar.de/viewer/
7. Изучение французского языка онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bonjourdefrance.com .
8. France Education International [Электронный ресурс]: http://www.ciep.fr

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины Деловой иностранный язык
наименование дисциплины

Типовые практико-ориентированные задания

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

1. Перевод текста.

Прочтите и переведите письменно со словарем текст делового характера.

Charisma.

It is common for people to struggle with a definition of 'charisma' in relation to communication and the social sciences. Ultimately charisma is the result of excellent communication and interpersonal skills, as these skills can be learned and developed - so developing your charisma is possible.

How to be Charismatic

Becoming charismatic involves paying careful attention to how you interact with other people; the traits that make up charisma are positive and appealing to others.

The charismatic person uses their skills to get people on their side, perhaps from a professional, ideological or social point of view. For these reasons charisma is often linked to leadership skills - being charismatic can be an important trait of a successful leader.

When asked to think about a charismatic person most people think about a public figure, like a politician, celebrity or successful leader. These people are charismatic and successful, due often to their charisma, but there are also many 'ordinary' people who possess a charismatic personality. The popular child at school, the staff in the restaurant who make the most tips, the popular person in the office who is friends with everybody.

Some people are more charismatic than others - we can recognize charisma but what makes it? This page explores some of the traits of the charismatic person and how such traits may be developed.

Being Charismatic Means:

Being Confident

Charismatic people are confident people – or at least have the ability to appear confident.

Being confident to communicate in a variety of situations, one-to-one, in groups and in front of audiences is a skill that many people struggle with.

A charismatic person can not only appear confident in communication but they can also help others feel confidence too, thus aiding and enhancing the communication process. Charismatic people are confident in a positive way, without being boastful or egotistical.

Showing Optimism

As with confidence charismatic people are, or have the ability to appear, optimistic.

This means they try to see the best in other people, situations and events - they usually remain cheerful and 'bubbly'. Charismatic people have the capability to encourage others to see things as they do, thus they can enthuse and enable others to feel more optimistic.

2. Проектное задание: презентация бизнес-идеи или компании.

1. Develop your future company or suggest a business idea. Imagine that you are going to present it to the potential investors. Prepare a multimedia presentation (MS PowerPoint, Keynote, etc.) and be ready to present it in class.

Required phrases and structure of the presentation:

1. Introduction.
    a. Title slide.
    b. Plan or structure of the presentation.
2. Main part.
    a. Problem. Summarize the problem that your company is going to solve with your product or service in 1-4 bullet points
    b. Solution. Describe your company (name, logo, slogan, main activities) or business idea (product or service).
    c. Market. Describe your target market and planned market share, competitors, your company's competitive advantages.
    d. Marketing plan. Describe how are you going to promote your products and services in terms of 4Ps.
    e. Organisation structure. Describe number of people and job functions, present organisation chart.
    f. Budget.
3. Conclusion. What is your company's vision statement?

Getting started	• Hello. Thank you all for coming. If everyone's ready, let's start. • Today I'm going to talk about ... [L SEP] • In this presentation, I'd like to tell you a little bit about... • By the end of this session you'll know …

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">

So, how much do you know about …?
What I'm going to tell you today will change the way you think about...
Pass around the picture/object. What do you think it is?
First, I'd like to outline …
If you have any questions, please feel free to stop me.
I have a handout with the main points of my presentation.

</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Moving on</td><td colspan="3">

Now, let's take a more detailed look.
Next I'd like to move on and look at …
The first/key thing to say about … is...
The main point to make about … is...
What you really need to know about … is ...
Let's turn to/move on to the next slide.
Another interesting thing to say about … is ...
Finally, I'd like to say a few words about ...
It's worth noting that...

</td></tr>
<tr><td>

Anyway,...
Naturally,...
Of course,...
Similarly, ...
Moreover,...

</td><td>

Surprisingly,…
Remarkably,...
Despite,...
However,...
Incidentally, ...

</td><td>

By the way, ...
Although,...
Consequently,...
In addition,…
Furthermore, ...

</td></tr>
<tr><td>Visual aids</td><td colspan="3">

You can see from this slide that …
On the next slide you can see …
Let's look at these figures more closely.
This graph/table shows …

</td></tr>
<tr><td>Problems and questions</td><td colspan="3">

Let me find the relevant slide.
The projector doesn't seem to be working. Does anyone know how it works?
I'm sorry but time is nearly up.
I wanted to give you a copy but they did not arrive from the printer in time.
Does anybody have any questions?
That's a good question.
I'm sorry, could you rephrase your question please?
I'm afraid it's not a topic for me to discuss.
Sorry but I can't give you a full answer now.

</td></tr>
<tr><td>Conclusion</td><td colspan="3">

The main disadvantage is ...
On the other hand, the advantages are …
I recommend …
It would be useful to hear your feedback.
I'd like to thank you all for taking time out to listen to my presentation.
I've covered everything I needed to present.
What we must remember is that ...
In conclusion,...
To sum up,...
Thank you for attention!

</td></tr>
</table>

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

1. Перевод текста

Прочтите и переведите письменно со словарем текст делового характера.

Auf dem Weg zum positiven Unternehmensimage

Das Konzept der Corporate Identity wurde in den 70er-Jahren von US-amerikanischen Werbeberatern geprägt. Dahinter steht die Idee, dass eine klare Identität ein Unternehmen unverwechselbar macht und dabei helfen kann, die Unternehmensziele zu erreichen. Die CI prägt die Wirkung eines Unternehmens nach innen und außen. Die Entwicklung einer eigenen Persönlichkeit für das Unternehmen sollte entsprechend des Leitbilds des Unternehmens strategisch geplant werden.

Dabei geht es darum, eine konsistente Darstellung der Firma gegenüber der Öffentlichkeit als auch gegenüber den Mitarbeitern zu gewährleisten. Dazu müssen sämtliche Unternehmensaktivitäten aufeinander abgestimmt und in Einklang gebracht werden. Dies umfasst auch den visuellen Auftritt des Unternehmens, dessen Verhalten und die Unternehmenskommunikation. Die konsequente Einhaltung der CI ist allerdings eine große Herausforderung für Firmen. Gelungene Beispiele für eine erfolgreich umgesetzte Corporate Identity sind etwa Coca-Cola oder BMW.

Um Vertrauen aufzubauen und sich vom Wettbewerb abzugrenzen, entwickeln viele Firmen eine eigene Unternehmensidentität. Für die Umsetzung setzen sie häufig auf die Unterstützung von Agenturen.
Durch eine klare Identität soll eine hohe Wiedererkennung und Markenwirkung der Unternehmen geschaffen werden. Darüber hinaus soll die CI die Bindung an das Unternehmen stärken. Eine einheitliche Markenidentität soll außerdem dazu führen, dass Mitarbeiter und Konsumenten eine höhere Loyalität zu einem Unternehmen aufweisen.
Eine eindeutige Corporate Identity kann beispielsweise dazu beitragen, dass bei der Einführung neuer Produkte eines bestimmten Unternehmens ein positiver Imagetransfer von bereits bestehenden Angeboten erfolgt. Damit kann ein Unternehmen mit gut umgesetzter CI seinen Aufwand und seine Kosten für Werbung erheblich reduzieren.

2. Проектное задание: презентация бизнес-идеи или компании.

1. Bereiten Sie eine Multimedia-Präsentation (PowerPoint, Keynote, etc.) und tragen Sie diese in der Gruppe vor.

Struktur:

4. Einleitung.
- Titel-slide.
- Plan der Präsentationstruktur.

5. Hauptinhalt:

a. Allgemeine Charakteristik des Platzes im Rahmen einer Branche. Erwähnung des Hauptproduktes (2-4 Sätze).

b. Beschreibung des Unternehmens:
- Name, Sitz, Struktur (Filialen), Zahl der Beschäftigten
- Charakteristik des Produktes / der Dienstleistung
- Logo, Slogan

c. Markt.
- Absatzgebiete im Inland
- Absatzgebiete im Ausland
- Verkaufsstrategie

d. Unternehmensstruktur. Personal. Arbeitsfunktionen.

e. Budget.

6. Tipps zu einer erfolgreichen Präsentation

3.1.Tricks des Sprechens

- Stimme

Wenn wir reden, gibt es immer eine inhaltliche Botschaft und es gibt Emotionen. Wenn wir mit den Menschen zusammen arbeiten, hören wir, was sie sagen, aber auch w i e sie es sagen. Die Stimme gibt gleichzeitig Informationen über die emotionale, psychologische Seite..

- Körpersprache

Halten sie sich natürlich, aber passen sie darauf, dass Ihre Haltung nicht “zu frei” wirkt. Die wichtigen Punkte kann man mit einer Handbewegung betonen oder mit einer leichten Neigung nach vorne.Es wird empfohlen, im Voraus zu trainieren, frei und ausdrucksvoll zu sprechen.

- Notizen

Lesen Sie keinesfalls Ihren Vortrag: Das wirkt uninteressant und ermüdet die Zuhörer. Stellen Sie einen kurzen Plan Ihres Referats zusammen und notieren Sie nur die wichtigsten Namen und Zahlen.

- Was die Rede emotional macht

In der ersten Linie sorgfältig ausgewähle Attribute und keine Floskeln!

3.2. Sprachmittel

- Einleitung:

Meine Präsentation ist dem Thema … gewidmet. Ich finde dieses Thema wichtig /interessant/diskussionswert, weil… . Zunächst möchte ich…; Als erstes lassen Sie mich bemerken, dass… .

- Meinungsausdruck:

Ich bin der Meinung, ich bin der Ansicht, dass…, nach meinem Dafürhalten, ich bin fest davon überzeugt, dass… , ich würde nicht für möglich halten, dass…, es scheint mir (doch) fragwürdig, ob…, ich bin (nicht ganz sicher, dass…, ich halte es für problematisch, wenn…

- Aufmerksamkeit auf die Overhead- Information lenken

Auf diesem Bild / dieser Tabelle / dieser Grafik können Sie … sehen.
Darf ich Ihre Aufmerksamkeit auf (diese Daten) lenken?
Hier haben wir … .

- Schlusssätze

Zum Schluss möchte ich noch einmal betonen,dass… .
Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. / Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit
Wenn es Fragen gibt /geben sollte, würde ich gern sie beantworten.

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

1. Перевод текста:

Прочтите и переведите письменно со словарем текст делового характера.

L'ENTRETIEN D'EVALUATION

De plus en plus d'entreprises françaises utilisent des procédures d'appréciation du travail. La plupart d'entre elles organisent des entretiens d'évaluation en fin d'année. Les augmentations de salaire dépendent de ces entretiens. C'est le moment approprié pour parler salaire, mais les Français sont souvent embarrassés quand il faut parler d'argent.

En France, il n'est pas dans les habitudes de parler de son salaire. C'est encore un sujet tabou. On ne connaît pas, par exemple, le salaire exact de ses collègues ou de ses amis. Bien qu'il existe des grilles de salaire, pour un même poste et dans une même entreprise, les rémunérations peuvent varier.

Il existe des possibilités pour récompenser des salariés performants sans augmenter le salaire: les bonus sur objectifs, l'intéressement aux résultats de l'entreprise, les assurances complémentaires santé, les logements et les voitures de fonction, ou encore les ordinateurs ou les téléphones portables.

Aussi est-il import ant de bien préparer son entretien d'évaluation.

Voici quelques conseils à suivre.

Préparez la réunion en établissant une liste de vos points forts et de vos points faibles, ainsi que les axes d'amélioration et d'évolution.

En fonction de votre poste et des résultats obtenus, illustrez votre point de vue avec des éléments précis et concrets: chiffre d'affaires, nombre de contrats conclus, développement du portefeuille de clients, délais de réalisation de projets, économies réalisées, résultats de l'équipe à laquelle vous appartenez. Veillez à vous en tenir aux faits et aux chiffres et à ne pas discuter de questions de personnalité.

Sachez accepter la critique: l'entretien a pour objectif de vous accompagner dans la maîtrise de vos fonctions.

Participez activement à l'entretien et écoutez votre interlocuteur: répondez aux questions et ne restez pas vague. Analysez au préalable les causes de vos échecs comme de vos réussites pour construire un argumentaire objectif.

2. Проектное задание: презентация бизнес-идеи или компании.

Comment « emballer » votre produit

Dans un rayon de supermarché, le consommateur passe en général 16 secondes et va souvent directement vers ses marques préférées. Imposer un nouveau produit n'est pas facile pour une entreprise. Pour y arriver, elle doit capter l'attention du client avec une couleur attrayante, un matériau inattendu ou encore une forme inhabituelle.

Règle 1.

Pour commencer, analysez les emballages de vos concurrents et positionnez votre produit. Sera-t-il plus petit, plus moderne, moins strict, plus haut de gamme aussi...? Transmettez vos réflexions à une agence de packaging qui pourra vous proposer des idées nouvelles.

Règle 2.

Soyez original. Un bon emballage doit avoir un impact immédiat sur le consommateur, mais attention, l'originalité doit rester acceptable. Si vous proposez une eau minérale dans une bouteille de verre jaune ou du chocolat fin dans une boîte en plastique, vous risquez de faire un flop.

Règle 3.

Adoptez la simplicité. Un emballage efficace est un emballage simple. Aujoud'hui le packaging est un vrai support de communication. Si vous avez un message à faire passer, le consommateur doit pouvoir le comprendre immédiatement.

Règle 4.

Offrez un service. C'est, par exemple, le « petit plus » pratique de l'emballage : des bouchons faciles à ouvrir ou des poignées solides sur des packs de lait ou d'eau.

Règle 5.

Avant de lancer le produit, testez-le sur un échantillon de consommateurs qui vont donner leur avis. Ce test doit se faire dans les mêmes conditions que dans un hypermarché bruyant et bondé, si vous voulez obtenir des résultats significatifs.

Remue—méninges.

Etape 1. Travaillez par deux. Imaginez un nouveau produit courant (produit ménager, ustensile, produit de beauté, produit alimentaire...) et son emballage (respectez les conseils donnés).

Etape 2. Préparez une petite fiche descriptive de votre produit en précisant :

-le type de produit et son nom,
-ses caractéristiques techniques,
-les caractéristiques de son emballage,
-la cible (quel type de clientèle) ,
-ses points forts.

Etape 3. Ce produit est maintenant sur le marché et se vend très bien.

Racontez son historique (de la conception au lancement) à une personne qui ne travaille pas dans votre entreprise et qui vous pose des questions sur ce succès (Comment est venue l'idée ? Comment s'est faitle lancement ? Est-ce que le produit a plu tout de suite ? Pourquoi ? Qui l'achète ?...).