

سال ۲۰۲۰ تغییرات زیادی در سبک زندگی همهی مردم جهان به همراه داشت. علاوه بر زندگی شخصی تغییرات زیادی هم در دنیای بیزینس شکل گرفت و اولویت‌های بسیاری از کسب و کارها تغییر کرد. یکی از ابعاد بیزینسی که همچنان ارزش خودش را حفظ و حتی اهمیت بیشتری هم پیدا کردن بسته بندی محصول است. از آنجایی که در دوران پاندمی ارتباط فیزیکی بین برندها و مشتری‌ها قطع شد بسته بندی تنها ابزاری بود که می‌توانست این ارتباط فیزیکی را تا حدودی بازسازی کند. همراه با ورود به سال جدید باید از یک سری ترندها دست کشید و از روش‌های جدیدتر استفاده کرد. **ترندهای بسته بندی** هم قرار است در سال ۲۰۲۲ تغییر کنند و کسب و کارها هرچه سریع‌تر بتوانند خودشان را با این تغییرات وفق دهند موفقیت بیشتری کسب می‌کنند. در ادامه تعدادی از **ترندها بسته بندی** که قرار است در سال ۲۰۲۲ دیده شوند را معرفی می‌کنیم.

## رنگ‌های خنثی و طبیعی

**ترندهای مینیمالیست و رنگ‌های مینیمال** مدت زیادی است که در لیست ترندها دیده می‌شوند و سال ۲۰۲۲ هم قرار است همین‌طور باشد. مردم علاقه بیشتری به برندها واقع‌گرا و صادق نشان می‌دهند و رنگ‌های ساده‌تر و خنثی روشن خوبی است که این حس به مصرف‌کننده منتقل شود. در سال ۲۰۲۲ قرار است رنگ‌های خاکی، خنثی و روشن زیادی در بسته بندی ببینیم.



## تصویرسازی

ترند تصویرسازی هرچند سال یک‌بار به صورت جدیدی دوباره وارد دنیای طراحی بسته بندی می‌شود. تصویرسازی‌هایی که برای سال ۲۰۲۱ قرار است استفاده شوند ساده‌تر با رنگ‌هایی که به چشم می‌آیند هستند. طرح‌های ساده‌تر اجازه می‌دهند که رنگ‌ها بیشتر مرکز توجه باشند برای همین این دو اصل طراحی در این نوع تصویرسازی در کنار هم قرار می‌گیرند. طراحان بسته بندی می‌توانند از این روش استفاده کنند تا هر چیزی که می‌خواهند با هارمونی کامل در مرکز توجه قرار دهند.



### جنس بسته بندی

طراحی بسته بندی نباید تنها روی قسمت بصری باشد بلکه جنس بسته بندی و حسی که زیر انگشتان دارد هم می‌تواند ارزش زیادی به محصول بدهد. حس خاصی که توسط جنس بسته بندی به مصرف کننده منتقل می‌شود چیزی است که کالا را از بقیه محصولات بازار متمایز می‌کند. برای هدف قرار دادن مخاطبان و مصرف‌کننده‌ها لوکس‌تر می‌توانید از چاپ طلاکوب و برجسته استفاده کنید. مصرف کننده با حس کردن این جزئیات روی بسته بندی راضی می‌شوند که مبلغ بیشتری را بپردازند.



### پترن های خاص

بالینکه رنگها و طرح های مینیمالیست قرار است ترند محبوبی در سال ۲۰۲۱ باشند اما این به این معنا نیست که طراحی بسته بندی باید خسته کننده تکراری و بی رنگ رو باشد. با استفاده از پترن های رنگی و جذاب می توانید بسته بندی را جالبتر و هیجان انگیزتر کنید. اگر محصول شما قرار است در قفسه ها برای فروش گذاشته شود می توانید با پترن ها و رنگهای مختلف آزمایش کنید تا بهترین طراحی بسته بندی چشمگیر را برای قفسه ها انتخاب کنید و مطمئن شوید که مصرف کننده ها حتماً محصول شما را خواهند دید.



### خلاقیت در داستان‌گویی

داستان‌گویی روش بسیار زیبا و دوست‌داشتنی برای ارتباط برقرار کردن با مشتری است. هیچ فردی نیست که توسط یک داستان‌گویی خوب تحت تأثیر قرار نگیرد. این روزها مصرف‌کننده‌ها به راهی که یک کالا طی کرده تا به آن‌ها برسد و ارزش‌هایی که دنبال می‌کنند بیشتر علاقه نشان می‌دهند. داستان‌گویی بیشتر از دادن اطلاعات مستقیم به مشتری احساسات را برانگیخته می‌کند و در نتیجه به تصمیم خرید کالا منجر می‌شود. هدف یک شرکت، نحوه شکل‌گیری آن، پشت‌صحنه آماده‌سازی یک کالا، هدف تولید کالا و هر چیز الهام‌بخش دیگری می‌تواند داستان یک برند باشد. این داستان باید در تمام پلتفرم‌های اجتماعی یکسان باشد تا بتواند برای برند ارزش آفرینی کند. در سال ۲۰۲۱ قرار است برندها شخصیت‌های جدیدی برای داستان‌گویی بسازند و آن را روی بسته بندی بیاده کنند تا هویت و داستان یک برند به‌جای تبلیغات به‌صورت فیزیکی به خانه مشتری برسد.



### بسته بندی پنجره دار

بر اساس آمار ۳۸ درصد مصرف‌کننده‌ها حاضرند محصول یک برند تازه‌وارد که نمی‌شناسند و در بسته بندی پنجره دار و شفاف قرار دارد یا خریداری کنند. این عدد ممکن است به نظر شما چندان زیاد نباشد اما برای کسب و کارهای تازه‌وارد حیاتی است. بعد از پاندمی کرونا مردم بیشتر به سلامتی خودشان اهمیت می‌دهند به همین دلیل به خریدن محصولاتی که در بسته بندی پنجره دار قرار دارند و محتویاتشان معلوم است علاقه نشان می‌دهند. **بسته بندی شفاف صداقت** یک برند را نشان می‌دهد و مشتری‌ها می‌توانند با رضایت کامل محصولات را خریداری کنند به‌جای اینکه در خانه بسته بندی را باز کنند و محتویات انتظارات آن‌ها را برآورده نکنند. این روش به برندها کمک می‌کند تا مشتری‌های ناراضی را به حداقل برسانند. همه ما می‌دانیم که تصویر خوشمزه غذا، کیک، بستنی و... روی بسته بندی به‌هیچ‌وجه شباهتی به واقعیت محصول ندارد برای همین مردم دیگر به راحتی با این نوع تبلیغات گول نمی‌خورند با استفاده از بسته بندی پنجره دار یا شفاف. مصرف‌کننده شکی در خرید محصول نخواهد داشت.



### بسته بندی قدیمی

شما می‌توانید با استفاده از فونت‌های سنتی و رنگ‌های خاکی یک بسته بندی با طراحی قدیمی و وینتج داشته باشید. البته قرار است در سال ۲۰۲۱ بسته بندی‌های زیادی با طراحی‌های فوق‌العاده وینتج و قدیمی ببینیم که از تمام ترند های قبلی مثل پترو و تصویرسازی استفاده می‌کنند.

**بسته بندی قدیمی** می‌تواند چهره متفاوتی به محصول شما بدهد و کاملاً میان تمام بسته‌بندی‌های مدرن دیگر به چشم می‌آید. اگر دنبال این هستید که پیر و جوان را باهم مورد هدف قرار دهید بسته بندی قدیمی بهترین انتخاب است.

بسته بندی قدیمی از احساس نوستالژی و خاطره‌های خوب قدیمی استفاده می‌کند تا با مخاطب ارتباط برقرار کند و در ذهن مصرف‌کننده این احساسات با کالایکی می‌شوند. برندهای معروف گاهی دوباره طرح‌های قدیمی خودشان استفاده می‌کنند و با این روش قدمت برند خودشان را نشان می‌دهند.



### بسته بندی انتزاعی

در **بسته بندی انتزاعی** طراحان تلاش می‌کنند همگی را با شدت زیاد استفاده کنند و از این طریق توجه مخاطب را جلب کنند. فونت‌های در چشم، رنگ‌های تئونی همراه با المان‌های مینیمالیست از ویژگی‌های بسته بندی با طراحی انتزاعی هستند. طراحی انتزاعی مفر را به چالش می‌کشد تا تعبیر و تفسیر خودش را بسازد و قسمت‌هایی از مفر که مربوط به خلاقیت و تخیل می‌شود را فعال می‌کند. همگی این اتفاق‌ها کمک می‌کنند تا طراحی بسته بندی احساس خاصی

در مخاطب ایجاد کند. علاوه بر این در طراحی انتزاعی فضای زیادی برای خلاقیت وجود دارد و این سبک آزادی زیادی به طراحی می‌دهد. در کل طراحی انتزاعی طراح، مصرف‌کننده و کلیشه‌هایی که در ذهن آن‌ها وجود دارد را به چالش می‌کشد.



#### [سفارش جاب و بسته بندی](#)

حالا که با تعدادی از ترند های بسته بندی برای سال جدید ۲۰۲۲ آشنا شدید بهتر است زودتر دست‌به‌کار شوید تا این طراحی‌ها را پیاده کنید. برای اینکه از رقبای خود جلو بزنید باید ترند ها را زودتر در طراحی بسته بندی پیاده کنید تا برندهای دیگری که این ترند ها را دنبال می‌کنند همان تازگی و جذابیت را از دست بدهند. این ترند ها به بسته بندی محصولات شما کمک خواهند کرد تا بی‌شک در سال ۲۰۲۲ بدرخشند.

