

یکی از مهمترین ارکان در فروش و بازاریابی محصول، بسته بندی آن است. اما باید بدانیم چه زمانی و بر اساس چه قواعدی باید بسته بندی محصول را تغییر بدهیم تا هم در صنعت بازاریابی با مشکل مواجه نشویم و هم با رعایت قواعد به تغییر بسته بندی محصول در زمان مناسب پرداخته شود. در این مقاله خواهیم دید که چه زمانی باید بسته بندی محصول خود را تغییر دهید. چه قوانینی را برای تغییر بسته بندی محصول باید استفاده کنید. چطور در برابر تغییر بسته بندی محصول مقاومت نکنید و راحت تر آن را بپذیرید. چقدر باید در بسته بندی محصول تغییرات ایجاد کنید تا هم برای مشتری جذاب باشد و هم باعث سردرگمی او نسبت به بسته بندی قبلی نشود. پس تا پایان این مقاله ما را همراهی کنید.

زمان لازم برای تغییر بسته بندی محصول

بر اساس تحقیقاتی که در صنعت بسته بندی انجام شده است، ۶ سال زمان لازم است تا شما بسته بندی محصول خود را تغییر دهید. بسته بندی محصول شما بعد از گذشت ۶ سال باید تغییر کند و اهمیتی ندارد که سیاست های برنامه ریزی شده شما در ۶ سال قبل چه بوده اند چون آن سیاست ها برای ۶ سال بعد مناسب نیستند و باید قوانین و سیاست های جدیدی اتخاذ شود. تغییر بسته بندی شما نباید شتاب زده باشد و شما باید بر اساس هدفی که دارید، انتخاب کنید که بسته بندی محصول چطور تغییر کند.



تغییر بازار هدف و رقبا

پس از گذشت ۶ سال رقباي شما تغییر می کنند. برخی شرکت ها که قبلا رقیب شما بودند، ورشکست شده اند یا نوع کارشان را تغییر داده اند. برخی از سازمان ها قدرتمند تر شده اند و از شما پیشی گرفته اند. زمانی که ۶ سال از سیاست قبلی شما برای رقابت بین شرکت های مشابه می گذرد، زمان آن است تا روی بسته بندی محصول خود بیشتر فکر کنید چون الان رقباي شما و بازار هدف شما نسبت به ۶ سال پیش متفاوت شده است.



شناسایی مشتریان

پس از گذشت این زمان شما متوجه شده اید که نیاز های مشتریانانتان چیست. متوجه شده اید چه چیزی رفاه و راحتی را برای آن ها به ارمغان می آورد. متوجه شده اید چه نوع بسته بندی ای برای آن ها جذاب تر است و استفاده از چه رنگ هایی در طراحی بسته بندی محصولتان، می تواند باعث شود تا آن ها برای چند ثانیه به محصول شما خیره شوند و سپس اقدام به خرید کنند. از نمونه های مثبت تغییر محصول که به رفاه مصرف کننده پرداخته بود، طراحی بسته بندی سس های کچاپ بود که قبلا به صورت شیشه ای استفاده می شود و خالق شرکت پس از مدتی دریافت که اگر بسته بندی محصول را به صورت برعکس در اختیار مصرف کننده قرار دهد، نتیجه بهتری در پی خواهد داشت. یا شرکت های آبمیوه سازی پس از گذشت چند سال متوجه شدند که ساخت پاکت های آبمیوه به شکل مورب باعث راحت ریخته شدن نوشیدنی به داخل لیوان می شود. زمانی که شما سلیقه و نیز مشتری را شناسایی کردید، می توانید بسته بندی محصول خود را تغییر دهید.



www.ToorangPrint.com



www.ToorangPrint.com

