

چطور یک طراحی می‌تواند باعث فروش بیشتر محصول شود؟ چطور می‌توان طراحی حرفه ای برای یک بسته بندی محصول ارائه داد؟ چه نکاتی لازم است تا یک طرح مورد استقبال مخاطب قرار بگیرد؟ آیا یک طراح فقط باید به فروش محصول و سودآوری توجه داشته باشد یا باید موارد دیگری را هم در نظر بگیرد؟

چه طراحان تازه کار و چه طراحان حرفه ای که در زمینه بسته بندی کار کرده اند یا می‌کنند، مسابقه Pentawards را می‌شناسند و شاید بیشترشان این آرزو را داشته باشند که طرح هایشان در این مسابقات برنده شود. هر طراح ای که دقت بالاتر و ظرافت بیشتری در طراحی بسته بندی محصول انجام داده باشد، شانس بیشتری برای برنده شدن دارد.

این مسابقه جهانی برای مقایسه طرح هایی است که در بسته بندی محصولات استفاده شده است. شرکت در این مسابقه برای عموم شرکت و سازمان و طراحان آزاد است ولی چیزی که باید به آن توجه کنند این است که بازاریابی محصول باید از طریق طراحی شان بیشتر شود تا شانس برنده شدن داشته باشد. این مسابقه در دو بخش برگزار می‌شود که یک قسمت آن مربوط به طراحی بسته بندی هایی است که تا کنون در بازار عرضه نشده اند و قسمت دوم مربوط به طراحی هایی است که در بازار به صورت تجاری مورد استفاده قرار گرفته اند. این مسابقه مانند سایر مسابقه ها نیست که فقط سه مدال توزیع شود بلکه به برندگان به ترتیب مدال های الماس، پلاتین، طلا، نقره و برنز داده می‌شود.

این طراحی ها علاوه بر تاثیر در فروش و بازاریابی، باید هزینه تولید کننده را هم کاهش دهند. یعنی شرکت کنندگان نمی‌توانند هر نوع ماده اولیه ای را برای طرح های شان پیشنهاد دهند. طرح هایی که در این مسابقه به پیروزی می‌رسند، در واقع آن هایی هستند که از امکانات کم استفاده کرده اند و یک طراحی را چه برای یک فروشگاه لوکس و چه برای بازار انبوه از یک محصول، ارائه کرده اند. در میان هزاران طراحی هایی که برای این مسابقه و از اقصی نقاط جهان ارسال می‌شود، طرح هایی شانس برنده شدن دارند که طراحی های شان در عین سادگی، مفهوم درستی از محصول تولید شده را ارائه دهد و بتواند میان هزاران طراحی ای که در بازار وجود دارد، نظر مشتری را جلب کند.

در ادامه می‌توانید تعدادی از برندگان این مسابقه بزرگ را در سال های مختلف ببینید که با طراحی های بی نظیرشان، بازار چاپ و بسته بندی را به طور کلی عوض کرده اند.









