

بسته بندی در بازاریابی (مارکتینگ) یکی از مهم ترین عوامل در فروش و بازاریابی (مارکتینگ)، نحوه و نوع بسته بندی محصولات به حساب می آید. امروزه بسته بندی جزئی از محصول به شمار می آید و نقش موثری بر تصمیم مصرفکنندگان در زمان خرید ایفا می کند. در نتیجه این موضوع، توجه ویژه مدیران و بازاریابان را در فرآیند تولید و فروش محصولات طلب می کند.



در این مقاله به نقش بسته بندی محصولات غذایی در فروش و بازاریابی می پردازیم.

نقش بسته بندی

هدف از بسته بندی محصولات غذایی محافظت از آن ها در برابر آسیب های احتمالی می باشد. بسته بندی محصولات غذایی دارای تفاوت هایی با یکدیگر هستند، به طور مثال بسته بندی مواد غذایی جامد و مایع با توجه به کارایی آن ها قطعا دارای تفاوت های فاحشی است. علاوه بر فرم ظاهری بسته بندی، باید به نوع مواد به کار رفته در آن ها که موجب سلامت محصول می شود نیز توجه نمود.



امروزه بسته بندی محصولات، پیشرفت شایانی مطابق با تکنولوژی و فناوری های روز داشته است، به طور مثال بسته بندی های ضد ضربه، آنتی باکتریال و ضد ویروس، بسته بندی های ارگانیک که به بسته بندی های سبز نیز معروف هستند.

جذابیت بسته بندی

این موضوع که چطور یک محصول بسته بندی شود، از جمله عواملی است که در تصمیم گیری مصرف کننده هنگام خرید نقش قابل توجهی ای دارد. بارها برای خودمان پیش آمده در هنگام گشتن در فروشگاه های محصولات غذایی خیلی از محصولات را از روی جلد و بسته بندی جذاب آن ها انتخاب می کنیم، حتی اگر نیازی به آن محصول نداشته باشیم.



این موضوع ارتباط مستقیم با برانگیخته کردن احساسات مصرف کننده دارد و خیلی مواقع پیش می آید یک محصول را صرفاً به دلیل ظاهر پر زرق و برق، رنگارنگ بودن و یا متفاوت و خاص بودن نوع بسته بندی انتخاب کرده ایم.

اطلاعات درج شده بر روی بسته بندی

علاوه بر موارد ذکر شده تا کنون، باید این موضوع را نیز در نظر داشت که بسته بندی یک محصول نقش بسیار مهمی در نمایش اطلاعات آن محصول دارد. در واقع اطلاعات درج شده بر روی بسته بندی نقش شناسنامه آن محصول را ایفا می کند، اطلاعاتی از قبیل نام، نوع و میزان مواد تشکیل دهنده آن.



عموماً جدول اطلاعات جزئی محصول در پشت بسته بندی قرار دارد و بر روی آن فقط نام یا نهایتاً ویژگی منحصر به فرد آن محصول درج شده است.

رابطه ی بین اطلاعات و جذابیت بسته بندی

با توجه به اهمیت و لزوم وجود هر دوی این موارد، این نکته را باید در نظر داشت که وجود اطلاعات بیش از اندازه بر روی بسته بندی کالا از جذابیت آن کم خواهد کرد و در این مواقع مصرف کننده در لحظه، دیگر به صورت احساسی تصمیم به انتخاب آن محصول نمیگیرد و مجبور به تحلیل و مقایسه ی آن محصول با محصولات مشابه دیگر می شود.



این اتفاق مصادف است با از دست دادن مشتری و اغلب برد با رقیبی است که بسته بندی ساده و جذاب با اطلاعات مفید و کوتاه را برای محصول تجاری خود طراحی و انتخاب نموده است.

برند سازی و ماندگاری

یکی دیگر از مهم ترین نقش های بسته بندی در بازاریابی ، طراحی و انتخاب لوگوی خاص و منحصر به فرد است. این موضوع محصول شما را از دیگر محصولات مشابه در بازار تفکیک می کند. اصولا انتخاب یک رنگ سازمانی با یک لوگوی خاص و قابل فهم بر روی بسته بندی که در کوتاه مدت تغییر نکند موجب ماندگاری برند شما در ذهن مصرف کننده می شود. در حال حاضر برندهایی در سر تا سر دنیا وجود دارد که صرفا با ثابت قرار دادن یک لوگو یا یک بسته بندی ویژه مصرف کنندگان خود را سال های سال وفادار نگه داشته اند!

