

در دنیای امروز با توجه به رقابت تنگاتنگ در بحث فروش و بازاریابی محصولات، اهمیت دادن به تبلیغات و نحوه معرفی کالا باید در اولویت اقدامات تولید کنندگان قرار گیرد. طراحی لوگو و تبلیغات بر روی بسته بندی در حال حاضر یک هنر و علم تخصصی به حساب می آید که در راستای این موضوع تمامی کارخانه ها و شرکت های تولیدی یک فرد یا گروه متخصصی را به این امر اختصاص داده اند.



طراحی ویژه و جذابیت داشتن اطلاعات بسته بندی رابطه ی مستقیم با تصمیم گیری مصرف کننده به هنگام خرید دارد. قطعا تا کنون به این موضوع برخورد کرده اید ، کالا هایی که از نظر بصری جذاب نیستند یا اطلاعات کافی بر روی آن ها درج نشده است ماه ها و شاید سال ها تا زمان منقضی شدن آن در ویترین یا قفسه فروشگاه خاک میخورد، در همچین شرایطی عرضه کننده مجبور به مرجوع جنس می شود و در نهایت تولید کننده و حتی همان عرضه کننده متحمل ضرر و زیان مالی می گردند. با یک بررسی ساده و اهمیت دادن به نقش طراحی و اطلاعات بسته بندی می توان از وقوع بسیاری از ضرر و زیان های مالی جلوگیری کرد.

در ادامه به اجزای یک بسته بندی می پردازیم.



فرم و شکل بسته بندی

در ابتدا باید مشخص کرد که تصمیم دارید محصول خود را به چه شکل و در چه نوع بسته بندی به مشتری عرضه نمایید. هرچه طراحی فرم ظاهری بسته بندی خلاقانه و منحصر به فرد باشد به هدف خود نزدیک تر شده اید. در این موضوع باید به کارایی بسته بندی، سادگی، مقاومت و در عین حال مقرون به صرفه بودن آن توجه نمود.



جالب است بدانید محصولاتی که بسته بندی آن ها دارای کارایی پس از اتمام محصول هستند از طرفداران زیادی برخوردارند! به طور مثال عسل هایی که در لیوان های شیشه ای عرضه می گردند.

رنگ بسته بندی

رنگ بسته بندی به عنوان یک اصل مهم در طراحی بسته بندی قرار دارد. رنگ بسته بندی بر اساس نوع و ماهیت کالا باید انتخاب گردد. به طور مثال در صنایع غذایی از رنگ هایی که جذابیت بصری بیشتری دارند استفاده می شود. رنگ هایی مثل قرمز، نارنجی و ترکیبی از رنگ های گرم انتخاب مناسبی در صنعت بسته بندی مواد غذایی به شمار می آیند یا استفاده از رنگ های سرد برای موادی که نیازمند القای حس تازگی به مصرف کننده هستند بسیار تاثیر گذار است.



انتخاب رنگ به عوامل مختلفی بستگی دارد، از جمله سلیقه، سنت ها و مقدرات ملل یا جامعه ای که مخاطب قرار دارند. علاوه بر این ها انتخاب یک رنگ که به صورت متمادی در بسته بندی محصول به کار میرود یک تصویر همیشگی در ذهن مخاطب ایجاد میکند که این امر موجب برند سازی می گردد. به طور مثال در سرتاسر دنیا پیسی را با رنگ آبی می شناسند!

لوگو و عکس بسته بندی

خوشبختانه تا کنون اکثر صاحبان برند به اهمیت داشتن لوگوی بازرگانی پی برده اند. یک محصول با هرگونه بسته بندی حتما باید دارای چندین عکس و لوگو باشد. تصویری از محتویات محصول، لوگوی برند و همینطور لوگو های ملی و بین المللی که در آن جامعه شناخته شده باشد و نشانه اصالت و هویت آن محصول به حساب می آیند باید بر روی بسته بندی قرار گیرد.



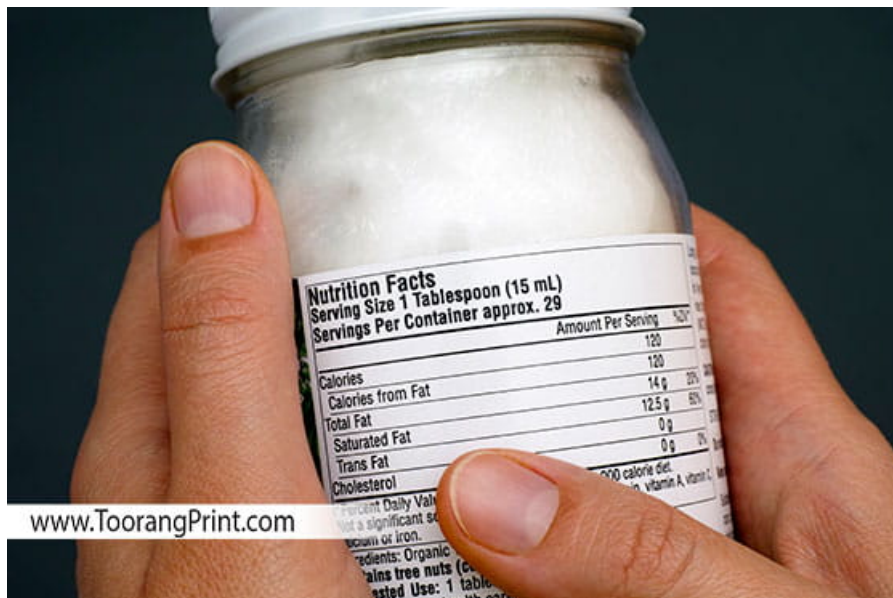
اطلاعات پشت بسته بندی

یکی دیگر از ارکان اصلی بسته بندی، اطلاعات درج شده در پشت بسته بندی است. این اطلاعات شامل جدول مشخصات و ترکیبات محصول، علائم و مفاهیم عمومی، قیمت و تاریخ مصرف محصول می باشد. شفافیت این اطلاعات در عین ساده بودن نقش به سزایی در تصمیم گیری مصرف کننده به هنگام خرید ایفا می کند.



قطعا تا کنون مشتریانی داشته اید که اهمیت چندانی به برند یا فرم ظاهری محصول نمی دادند و تمام تمرکز آنها هنگام خرید بر روی این موضوع است که کالای مورد نظر دارای چه ارزش و استاندارد هایی است. این موضوع با توجه به وجود مواد مخرب و زیان بار در دنیای امروز مورد توجه بسیاری از مخاطبان قرار دارد.

در صنایع غذایی، بسته بندی باید حتما دارای جدول ارزش غذایی که شامل ترکیبات و میزان آنها می شود، بارکد ثبت شده، لوگو های استاندارد و بازیافت و موارد مرتبط دیگر قرار گیرد. در نهایت جز جدا نشدنی یک محصول، قیمت گذاری و تاریخ مصرف آن است که بدون قرارگیری آن ها بر روی بسته بندی یک محصول به معنای واقعی کامل نیست.



حال می دانیم برای تولید یک بسته بندی تجاری موفق باید به نکاتی نظیر رنگ و طراحی ظاهری، اطلاعات و لوگوهای درج شده بر روی بسته بندی توجه ویژه نماییم. با توجه به این نکات و ارائه محصول در یک بسته بندی منحصر به فرد، به سادگی می توانیم در بازاریابی و فروش محصول خود از رقبا پیشی گرفته و همیشه در ذهن مشتری ماندگار بمانیم.

