

شاید شما هم بارها عابر و مشتری های مختلف را در خیابان، پیاده رو، اتوبوس، تاکسی و مترو دیده باشید که کیسه های رنگارنگ و مختلف از برند و کالا های متفاوت را در دست دارند.

اگر شما هم چون نگارنده طرفدار محیط زیست و کاهش استفاده از پلاستیک، کاغذ و دیگر منابع های طبیعی باشید، در ابتدا از خود می پرسید:

"چه ضرورتی دارد که این همه ماده ی طبیعی، هزینه، زمان و انرژی برای طراحی و ساخت این بسته بندی های مختلف و رنگارنگ تلف شود؟"



همیشه پای پول در میان است ...

با وجود این که دیدگاه یاد شده درباره ی محیط زیست و استفاده از منابع های طبیعی درست و بر منطق منطبق است، با این حال کسب و کار قانون و چارچوب خاص خود را دارد.

کافی است گشتی در شهر بزنید تا دریابید که صد ها تامین کننده، برای کالا و سرویسی یکسان و هم گون در حال رقابت هستند. در این فضای متلاطم، تنها دانش بازرگانی و برندینگ است که می تواند اندکی فضای تنفس برای مدعی های این عرصه فراهم کند.



کیسه و بسته بندی در قامت بازاریاب موبایل

پاراگراف بالا تنها بخشی از این بازار را زیر لنز برد. با این حال، همان سطح شهر که بی شمار تامین کننده و فروشنده را در خود جای داده، هزار ها مشتری و متقاضی را در کنار آن دارد که می کوشند تا سوزن کالای مورد نظر خود را در این انبار گاه بیابند. بنا بر این، در هر لحظه و هر موقعیتی، بی شمار فرصت های خرید و مبادله وجود دارند که اگر به خوبی شناخته و به سمت تامین کننده هدایت شوند، می توان امید داشت که سازمان بتواند جایگاه نسبتا خوبی را در بازار بیابد.

کیسه و بسته بندی های کالا، مشتری را به بازاریاب همراه سازمان تبدیل می کنند که در بدترین حالت، مشتری در مسیر مغازه (سازمان) تا خانه، خواسته یا ناخواسته به تبلیغ سازمان مورد نظر مشغول خواهد بود.

به این ترتیب مشتری با استفاده از بسته بندی و کیسه ی کالا، بدون دریافت هیچ هزینه ای، به عنوان بازاریاب سیار سازمان عمل می کند.



فراموش نکنید:

۱. طراحی و بسته بندی کالای شما از چشم مخاطب و عابر و مردم تیز بین سطح شهر، دور نخواهد ماند. پس توجه داشته باشید که تبلیغ، طراحی و بسته بندی کالای شما، پیام روشن، درست و جذابی را به مخاطب و مشتری های آتی منتقل کند که اگر نه، مشتری های آتی را از دست خواهید داد. بی شمار هستند مشتری هایی که تنها با دیدن بسته بندی و طراحی مخصوص یک تامین کننده، فکر مراجعه به او را از سر بیرون کردند و به رقیب رو آوردند.

۲. سعی کنید کیسه و بسته بندی کالای شما، حتی پس از خرید هم قابل استفاده باشد. این گونه مشتری کیسه و بسته بندی را دور نخواهد انداخت و در خرید های آتی نیز از آن استفاده خواهد کرد و همین سبب می شود تا به مرتبه های متعدد، برای کالای شما بازاریابی و تبلیغ رایگان انجام گیرد.

۳. اطمینان حاصل نمایید که عمده ی اطلاعات و داده های ارتباطی شما بر روی کیسه و بسته بندی کالا درج شده باشد. تنها آگاه شدن از برند کافی نیست و بهتر است راه های ارتباطی تا حد امکان در دسترس باشد. تصور کنید شخصی در مترو یا تاکسی بسته بندی کالای شما را می پسندد و تصمیم می گیرد از شما خرید کند. اگر امکان گفت و گو با مشتری فراهم نباشد، و اگر راه های ارتباطی بر بسته بندی درج نشده باشند، حال مشتری چه گونه می تواند شما را بیابد؟؟؟



با وجود همه ی عامل های یاد شده، فراموش نکنیم که بسته بندی در هر شکل و حالتی، نیازمند مصرف قابل توجه منابع های طبیعی به ویژه پلاستیک (نفت) و کاغذ (درخت) است. با مصرف بهینه و مدیریت شده ی این فرآورده ها، نه تنها از نگاه اقتصادی که از نگاه زیست محیطی نیز پیشرفت چشم گیری خواهیم داشت.

