

همان گونه که پیش از این و در دیگر یادداشت ها عنوان شد، امروزه بسته بندی نه یک «شاید» که به «بایدی» برای صنعت های مختلف، از جمله صنعت های غذایی تبدیل شده است. بسته بندی خود صنعت مستقل، مهم و درآمد زایی شده است که موجودیت خیلی از صنعت های دیگر را به خود وابسته ساخته و به رکن اصلی بیشتر کسب و کارها تبدیل شده است.

اهمیت بسته بندی و وابستگی دیگر کسب و کارها به این صنعت، به اندازه ای است که سبب شده دانش و زمینه ی مطالعاتی جدیدی به نام «دانش بسته بندی و مواد» شکل بگیرد. با این حال، عمده ی فعال های این عرصه، زمان کافی برای پرداختن به همه ی جنبه های این بحث ندارند و همین انگیزه و بهانه ای شد تا نگارنده در این مقاله به بررسی و تحلیل نکته های مهم در بسته بندی بپردازد.



آیا طراحی شما گویا و ساده است؟

آیا بسته بندی شما می تواند به خوبی محتوا، شعار، برند، ساختار و پیام خود را به مشتری برساند؟ هرچه طراحی و بسته بندی شما در انتقال مورد های یاد شده توانا باشد، گویا و نافذ تر خواهد بود. با این حال، سادگی هم مهم است. مهم است که طراحی شما بتواند شعار و پیام خود را نه با پیچیدگی، که به سادگی و در کم ترین زمان و فرصت ممکن، به مشتری منتقل کند. اگر نمی توانید در سریع ترین زمان ممکن به پرسش نخست پاسخ دهید، یقین بدانید که طراحی و بسته بندی کالای شما گویا و ساده نیست.

www.ToorangPrint.com



آیا طراحی شما صادقانه و شفاف است؟

هر آنچه که بر روی کالا ثبت می‌شود، باید مشخص، شفاف و البته صادقانه باشد. تصور نکنید که با ثبت نکردن قیمت، تاریخ انقضا و دیگر داده و حقیقت های غذایی، مصرف کننده را گول زده اید. امروزه مصرف کننده آگاه تر از همیشه و با قدرت چانه زنی فراوان پا به فروشگاه می‌گذارد و اگر اطلاعات مورد نظرش را بر روی کالا نیابد، آن را کنار نهاده و کالای دیگری بر می‌دارد. گذشته از این، عدم درج اطلاعات یا بدتر از آن، درج اطلاعات ناصحیح، می‌تواند مصرف کننده را نسبت به شما بدبین کند و بدانید یک مشتری بدبین، تجربه ی خود را با هفده مشتری دیگر در جریان خواهد گذاشت و اگر آن هفده مشتری نیز هر یک تجربه شان را به هفده نفر منتقل کنند (در بهترین حالت و بدون بزرگ نمایی)، اعتبار تامین کننده برای همیشه زیر پرسش خواهد بود.



www.ToorangPrint.com

آیا بسته بندی در قفسه و در کنار رقیب ها جذاب است؟

فراموش نکنید که کالا و بسته بندی و طراحی آن، نه به تنهایی که در فروشگاه و در کنار انبوهی از دیگر کالاها و بسته ها باید دیده شود. هیچ فروشنده ای فضا و بخش ویژه و منفردی برای کالای شما در نظر نمی‌گیرد. پس افزون بر مورد های یاد شده، باید طراحی و بسته بندی کالا به گونه ای باشد که بتواند درون قفسه و در کنار دیگر کالا ها، خود را نشان دهد.



به فروشگاه بروید و روزی را با کالا و بسته بندی های مختلف سر کنید

در پایان نگارنده پیشنهاد می‌دهد که اگر حتی زمانی برای مطالعه و کند و کاو در این زمینه را ندارید، می‌توانید روزی به فروشگاه بروید و از نزدیک کالاهای مختلف را مشاهده و بسته بندی و طراحی آن‌ها را تحلیل و بررسی کنید. در همین میان، سعی کنید تعدادی از کالاها که از نظر شما بسته بندی مناسب دارند و کالاهایی که بسته بندی مناسبی ندارند را برداشته و ویژگی های هر یک را تحلیل کنید.

