

بسته بندی یک محصول تاثیر زیادی در ارتباط گرفتن ما با یک محصول به خصوص دارد. در یک آزمایش برای تست محصولات سون آپ (نوشیدنی گازدار)، شرکت کننده ها طعم لیمویی بیشتری در قوطی هایی که تا ۱۵ درصد زرد بیشتری در طراحی شان داشتند احساس می کردند. رنگ ها، جنس، فونت و ترکیب کلی مورد استفاده روی بسته بندی محصولات می توانند روی تمامی حس های ما و جوری که آن ها را تجربه می کنیم تاثیر بگذارند. حتی امروزه با وجود فضای مجازی، طراحی بسته بندی و حضور در قفسه ها همچنان خیلی مهم است تا برند ها بتوانند در نا خودآگاه خریداران جا باز کنند. در این مقاله داستان هایی از پشت صحنه ی بعضی از بهترین و به یاد ماندنی ترین بسته بندی های دنیا را بازگو می کنیم.

عسل خرسی

اگر در طی ۶۰ سال گذشته عسل خریدید احتمالاً به یکی از این عسل های خرسی پلاستیکی برخورد کرده اید. این روز ها اکثر تولید کننده های عسل سعی می کند عسل هایشان را در بسته بندی هایی با شکل کاملاً قابل تشخیص و متمایز قرار دهند. آیا تا به حال فکر کرده اید ایده ی پشت این ماجرا چگونه شکل گرفت؟

رالف و لوئلا گمبر، صاحب های شرکت عسل طلایی هلند، اولین بار ایده ی شکل خرسی بطری های عسل، در یک مهمانی شام با دوستانشان در سال ۱۹۵۷ به ذهنشان رسید. سازنده ی کارتون وینی خرسه یا وینی د پو، آقای آ.آ. میلن یک سال قبل از این ماجرا فوت شده بود اما همچنان حرف ها و اخبار زیادی راجع به شخصیت عسل دوست داستان هایش، وینی خرسه، وجود داشت. رالف گمبر در یک مصاحبه با مجله ی تایمز گفت: «با خودمان گفتیم خب یک خرس عسل دوست دارد، چرا یک خرسی که از عسل ساخته شده است نسازیم؟»

سازنده های عسل خرسی تا مدت زیادی راجع به اینکه این ایده را از کجا گرفتند حرفی نزدند و تا جایی که می توانستند سعی کردند که بطری های خرسی زیادی شبیه به وینی خرسه نشود زیرا می ترسیدند صاحبان این شخصیت کارتونیی از آن ها شکایت کنند.



جعبه های آبی تیفانی اند کو

جعبه های ساده ی آبی با ربان های سفید برند تیفانی اند کو از اولین باری که در سال ۱۸۷۸ وارد بازار شده اند و تا به امروز تبدیل به نماد بین المللی از لوکس بودن و آراستگی شده اند. حتی این جعبه های مینیمال و ساده به عنوان قابل تشخیص ترین و خواستنی ترین بسته بندی های تاریخ نام گذاری شده اند و این عنوان ها حتی ذره ای اغراق آمیز نیستند. خب، حالا چه چیزی باعث شد صاحب برند تیفانی اند کو، چارلز لویییس تیفانی، همچنین شکل و رنگی را برای بسته بندی آن هم در قرن نوزدهم انتخاب کند؟ راستش هیچ کس دقیق نمی داند اما به نظر می رسد این انتخاب چندان تصادفی هم نبوده چون این رنگ به خصوص میان زن های ثروتمند به علت هم رنگ بودن با جواهرات فیروزه ای بسیار محبوب بوده است.



شکلات مثلثی توبلرون

این شکلات ها نمونه ی بارزی از خلاف جهت رودخانه شنا کردن هستند. سازنده ی اصلی برند توبلرون، شکلات سازی سوئیسی آقای تئودور توبلر، اولین بار در سال ۱۹۰۶ تصمیم گرفت شکلات های عسلی و بادامی اش را در اشکال مثلثی برخلاف شکل های معمولی شکلات تولید کند. این طور که پیدا است آقای توبلر و مدیر تولیدش، آقای امیل بایمن، از کوه ماترهون در سوئیس که به قله ی متقارن و هرمی اش معروف است الهام گرفتند تا شکلات های توبلرون را در قالبی مثلثی بسازند. داستان دیگری هم در باره ی الهام پشت شکلات های توبلرون وجود دارد. گفته می شود آقای توبلر در سفرش به پاریس به فولی برژر (کاباره ای معروف در پاریس) رفته و در نمایش های آنجا آکروبات باز هایی را دیده که روی هم ایستاده و یک هرم انسانی تشکیل دادند و بعد از دیدن این نمایش انقدر به وجد آمده که شکل مثلثی توبلرون را بر اساس آن ساخته است.



نمک مورتون و دهانه ی معروفش

امروزه اکثر نمک ها و ادویه ها با دهانه یا سوراخی که از آن نمک می باشد وارد بازار می شوند؛ اما می دانستید شرکت نمک مورتون برای اولین بار از این بسته بندی در سال ۱۹۱۱ استفاده کرد؟ در آن زمان اکثر بسته بندی های نمک برای ریخته شدن راحت نمک طراحی نشده بودند و باید آن ها را وارد یک قوطی دیگر که مخصوص این کار بود می کردند. در هوای مرطوب یا روز های بارانی نمکی که با هوا در تماس داشته باشد ممکن است نم بگیرد و ریختنش در نمک پاش ها و استفاده از آن را سخت کند. صاحبان شرکت مورتون این بسته بندی را طوری طراحی کردند که یک دهانه ی قابل باز و بسته شدن داشته باشد و به این صورت دیگر با هوا در تماس نباشد و ریختن نمک در غذا و نمک پاش ها را راحت تر از قبل شود؛ و تصویر دختری با چتر روی بسته بندی توسط یک شرکت تبلیغاتی نیویورکی طراحی شد تا نشان دهد این نمک قرار است همیشه بریزد حتی در روز های بارانی.



باکس های شکلات قلبی

وقتی روز ولنتاین نزدیک می شود تقریباً غیر ممکن است که تولیدی یا برند شکلاتی را پیدا کنید که بسته های قلبی پر از شکلات ها و ترفافل های خوشمزه نفروشد؛ اما می دانید این رسم و رسوم دقیقاً از کی شروع شد؟

کمپانی شکلات سازی بریتانیایی کدبری که در زمینه تولید شکلات، آدامس، آب نیات و فراورده های قندی فعالیت می کند، مسئول ورود این باکس های قلبی شکلات به بازار در سال ۱۸۶۱ است. آقای ریچارد کدبری تلاش می کرد تا بتواند در حین پروسه ی آب شدن شکلات راهی برای استفاده از کره ی شکلاتی که از آن استخراج می شود پیدا کند و همین مسئله باعث ابداع شدن یک چیز متفاوت به عنوان شکلات های خوردنی که ما امروزه می شناسیم شد. آقای کدبری این شکلات ها را در بسته بندی هایی به شکل قلب که خودش طراحی کرده بود می فروخت. در دوران ویکتوریایی شکلات به عنوان وسیله ای برای ابراز عشق استفاده می شد و بسته بندی های عاشقانه ی ریچارد که پر از نقاشی هایی از کبویید (خدای عشق که کودکی است که تیر و کمان دارد) و گل های زیبا بودند به سرعت تبدیل به روشی محبوب برای ابراز عشق، هدیه دادن شکلات و جعبه ای که می توان آن را نگه داشت شدند. کمپانی کدبری در دروان ولنتاین بیشتر از هر وقت دیگری فروش دارد و موفقیت کسب می کند و تا امروز به تولید باکس های قلبی شکلات ادامه داده است.



با داشتن کمی خلاقیت و استفاده درست از زمان، مکان، فرهنگ و اتفاقاتی که در حال رخ دادن است که می تواند به تبلیغات رایگان برای شما تبدیل شود شما هم می توانید یک روز در لیست به یاد ماندنی ترین بسته بندی های تاریخ قرار بگیرید.

