

بسته بندی که برای محصولات انتخاب می‌کنید می‌توانید موفقیت کسب و کارتان را در راز مدت تضمین کند. یکی از روش‌هایی که می‌شود با استفاده از بسته بندی کاری کرد که محصولات شما همیشه در بازار تازه و جدید باشند و برای مصرف کنندگان هیجان انگیز به نظر بیایند دنبال کردن جدیدترین ترند های بسته بندی سال است. با دنبال کردن ترند های بسته بندی می‌توانید در رقابت بازار سربلند بیرون بیایید چون همیشه چیزهای جدید و آپدیت شده به نظر خریداران جذاب‌تر هستند. در ادامه چند تا از ترند های امسال را معرفی می‌کنیم که نسبت به بقیه ترند ها محبوب‌تر هستند.

## بسته بندی با رنگ‌های روشن و کمرنگ

مینیمالیسم یکی از ترند هایی است که وارد تمام بخش‌های زندگی انسان‌ها و صنعت‌های مختلف شده است. صنعت بسته بندی هم چند سالی است که قدرت طراحی مینیمالیسم را کشف کرده است. کسب‌وکارهایی که نمی‌توانند کاملاً مینیمالیسم باشند شروع به استفاده از رنگ‌های طبیعی‌تر و کمرنگ‌تر کرده‌اند تا مقداری با این ترند همراه شوند. فقط کافی است به بسته بندی های اطرافتان یا در فضای مجازی نگاه کنید تا ببینید رنگ‌هایی مثل کرمی، آبی کمرنگ و صورتی چقدر استفاده می‌شوند. شما هم می‌توانید برای بهتر شدن از این پالت رنگ روشن استفاده کنید، فقط سعی کنید تا رنگ‌هایی انتخاب کنید به محصول شما می‌آیند و ترکیب رنگ جدیدی هستند. بعضی از کسب و کارها اصرار دارند همیشه از بسته بندی هایی با ترکیب رنگی سیاه و سفید استفاده کنند. با اینکه این یک ترکیب رنگ مینیمالیسم کلاسیک است اما دیگر یک انتخاب خاص نیست. استفاده از رنگ‌های خنثی و کمرنگ در بسته بندی ایده ی بسیار خوبی است چون مردم این رنگ‌ها را روی بسته بندی خیلی دوست دارند. علاوه بر این استفاده از این رنگ‌ها به شما کمک می‌کند تا برای کمپین‌های تبلیغاتی بتوانید عکس‌های بهترین بگیرید و پست‌هایی که در سوشال مدیا می‌زایید از لحاظ بصری زیبایی دلپذیری داشته باشند. استفاده از ترکیب رنگی خنثی به این معنی نیست که شما حتماً یک طراحی مینیمالیسم انجام داده‌اید. شما می‌توانید این پالت رنگی را با المان‌های دیگر طراحی ترکیب کنید تا نتیجه‌ی دلخواه بگیرید. وقتی رنگ بسته بندی خنثی باشد می‌توانید بیشتر روی طراحی اسم برند مانور بدهید تا به چشم بیاید و بهتر دیده شود. در حقیقت استفاده از این رنگ‌ها جدا کردن بخشی از مینیمالیسم است که می‌تواند با بسته بندی هر محصولی همراه شود و انعطاف‌پذیری بیشتری در قسمت طراحی داشته باشد.



## بسته بندی شفاف

منظور از نشان دادن محصول استفاده از بسته بندی شفاف است که یکی پر استفاده‌ترین ترند های امسال بوده است. یکی از روش‌های جذب مشتری نشان دادن محصول داخل بسته بندی است. بعضی وقت‌ها خریدار مطمئن نیستند که هر چیزی که روی بسته بندی نوشته شده واقعیت دارد یا نه، شما می‌توانید با نشان دادن چیزی که داخل بسته بندی است خیالشان راحت کنید. مطمئناً بین بسته بندی هایی که معلوم نیست داخلشان چه خبر است اعتماد خریدار به سمت بسته بندی شفاف جلب می‌شود. مردم دیگر به تبلیغات های دروغین اعتماد نمی‌کنند. دیگر عکس‌های خوشمزه روی بسته بندی محصولاتی که هیچ شباهتی به عکس ندارند کاربرد ندارد زیرا مارکت روزبه‌روز باهوش‌تر می‌شود و شما می‌توانید با استفاده از بسته بندی شفاف شک مردم را از بین ببرید تا به خرید کالای شما ترغیب شوند. همین‌طور می‌توانید شعارهایی مثل راست‌گویی، روراست بودن با مشتری، کیفیت بهترین تبلیغات است و غیره را در کمپین‌های تبلیغاتی به کار ببرید. وقتی شما از بسته بندی استفاده کنید تا چیزی را به خریدار بفروشید که دروغ است و با واقعیت فرق می‌کند، اعتماد خریدار را از دست می‌دهید و در نهایت فروش محصول شما پایین می‌آید. با بسته بندی شفاف می‌توانید از این اشتباه جلوگیری کنید و به شما فرصتی می‌دهد تا بیشتر روی کیفیت محصولات تمرکز کنید. برای ساختن بسته بندی های شفاف می‌توانید از موادی با جنس شفاف برای بسته بندی استفاده کنید یا پنجره های شفاف روی بسته بندی که در حال حاضر دارید بزرارید اما باید حواستان باشد تا رنگ بقیه‌ی بسته بندی بارنگ محصول همخوانی داشته باشد.



## تصویرسازی و نقاشی

تصویرسازی کم‌کم دارد تمام قسمت‌های مربوط به طراحی را از آن خودش می‌کند. طراحی بسته بندی هم از این قضیه مستثنا نیست. تقریباً ۷ سال پیش بود که تصویرسازی بدون حرکت پرطرفدار شد و هنوز در بازار مانده است و به محبوبیتش هم اضافه می‌شود تا جایی که امسال به بیشترین حد محبوبیت رسیده‌اند و همین‌طور به کسب‌وکارهایی که از این طریق بسته بندی هایشان را شخصی‌سازی می‌کنند اضافه می‌شود. بهتر است شما هم تا وقتی که این روش طراحی همچنان محبوب است تا جایی که می‌توانید از آن استفاده کنید.

استفاده از تصویرسازی و نقاشی انعطاف‌پذیری بالایی در زمینه‌ی همراهی با برندینگ شما دارد. شما می‌توانید به برندینگ و پیام برندتان مثل یک کتاب داستان نگاه کنید که تصویر هم دارد. مهم نیست داستان چی باشد یا چقدر عجیب غریب باشد در تصویرسازی هر چیزی ممکن است. کسب‌وکارهایی که فکر می‌کنند هیچ طراحی بسته بندی تا بحال نتوانسته با هویت برند آن‌ها همراه شود بهتر است از این ترند استفاده کنند. یکی دیگر از استفاده از تصویرسازی در بسته بندی این است که وقتی تبدیل به نشان برند شما شد می‌توانید آن را روی هر چیز تبلیغاتی از ساک و بروشور گرفته تا بیلورد چاپ کنید.

اگر تصمیم به استفاده از تصویرسازی در بسته بندی دارید بهتر است یک استایل به‌خصوص که برای برند شما مناسب است را انتخاب کنید و همین‌طور از اشتباه بزرگ کپی کردن تصویرهای معروف خودداری کنید. برای شروع می‌توانید به پالت رنگی برندتان نگاه کنید و با استفاده از آن‌ها به ایده‌های برای تصویرسازی برسید و بعداً جزئیات بیشتر را به استفاده از یک طراح حرفه‌ای اضافه کنید. در حین این پروسه حواستان باشد که تصویر ساخته شده با هویت برندتان سازگار باشد مثلاً اگر مخاطب محصولاتتان مردان هستند از المان‌های زنانه و کودکانه در تصویرسازی استفاده نکنید.





## بسته بندی با پترن های چشمگیر

بسیاری از کسب و کارها دوباره شروع به استفاده از پترن در بسته بندی هایشان کرده اند. اگر شما هم در صنعتی هستید که با طرح های مینیمالیسم اشباع شده است، این ترند برای شماست. شما حتی می توانید با استفاده از الگو و پترن طرح های مینیمالیسم خاصی که به روش خودتان هستند بسازید. بعضی وقت ها حرکت کردن در خلاف جهت می تواند یک امتیاز مثبت باشد، استفاده از پترن های جذاب و چشم گیر یا حتی

پترن هایی با طراحی مینیمال می‌تواند شما را در دنیایی پر از طراحی های مینیمالیسم خاص نشان دهد. و دوباره باید اشاره شود که در این نوع طراحی هم باید سعی کنید پترن ها و الگوهایی که انتخاب می‌کنند با هویت کلی برند شما سازگار باشند و بهتر است که است که رنگ‌های قبلی که در بسته بندی هایتان استفاده می‌کردید را پترن ها به کار ببرید. در این نوع طراحی حق انتخاب‌های زیادی وجود دارند که می‌توانند مطابق هر برند و محصولی ساخته شوند.



