

به نظر می‌رسد تاریخچه‌ی اولین بسته بندی به قرن یازدهم و سرزمین مصر برمی‌گردد که مسافران متوجه شدند در بازارهای مصری غذاها اول در کاغذ پیچیده می‌شوند و بعد به فروش می‌رسند. این حل مشکل اندر جالب بود که باعث به وجود آمدن یک صنعت جهانی شد. امروز بسته بندی و ایده‌های خلاقانه برای طراحی آن‌ها یکی از صنایع‌های بین‌المللی هستند که همیشه برای برآورده کردن انتظارات خریدار در حال تغییر هستند، به همین دلیل ساختن چیزی که در این بازار همیشه در حال تغییر به چشم بیاید کار بسیار سختی است. بعضی از ایده‌های خلاقانه ی بسته بندی اندر تازه و جذاب هستند که سریعاً موردتوجه قرار می‌گیرند و حتی ممکن است تنها به خاطر همان بسته بندی خلاقانه بدون توجه به کالایی که در آن است خریداری شوند. در یک مقاله‌ی دیگر به‌طور مفصل توضیح دادیم که چگونه بسته بندی باعث فروش محصول می‌شود. در ادامه یک سری طراحی‌های بسته بندی خلاقانه را به‌طور تصادفی انتخاب کرده‌ایم تا بررسی کنیم.

بهترین و بدترین بسته بندی سیگار

[سفارش جاب و بسته بندی](#)



سیگار عامل اصلی سرطان و برای سلامتی زیان آور است. این پیام اخلاقی را تقریباً روی هر بسته ی سیگاری در سطح جهانی می‌توان دید. به همراه تصاویری از ریه‌های سیاه شده، دندان‌های زرد و خراب، قلب ازکارافتاده یا یک شخصی که به‌سختی دارد سرفه می‌کند؛ اما این بسته بندی سعی کرده است بدون نشان دادن عکس‌ها و نوشته‌هایی که کسی به آن‌ها توجه نمی‌کند سریع برود سر اصل مطلب که این تابوتی که می‌بینید چیزی است که با کشیدن سیگار در انتظار شماست. شاید فکر کنید که هم‌چنین چیزی ممکن است مردم را از خرید سیگار پشیمان کند اما برعکس هر شخص سیگاری‌ای اگر این بسته بندی را ببیند حتماً آن را خریداری می‌کند. دلایل را هم بهتر است از خودشان بپرسید!

نت های موسیقی در گوش



به طور خلاصه کار هدفون این است که نت های موسیقی را در گوش پخش می کند. اکثر هدفون هایی که در بازار هستند در جعبه های معمولی بسته بندی شده اند و همه شان یک شکل و شمایل خاصی دارند، دروغ از ذره ای خلاقیت یا وجه تمایز. یک ایده ی خلاقانه ی ساده مثل همین نت های موسیقی در گوش که هیچ خرج اضافه ای هم بر نمی دارد به راحتی توانست این بسته بندی جذاب را در دریایی از محصولات مشابه متمایز کند.

آبمیوه نه، میوهی پر از آب



به طراحی محصولات غذایی که می رسد روش های بسیار زیادی در بازار وجود دارند. بعضی از کمپانی ها سعی می کنند با طراحی های مینیمالیسم متمایز شوند و بعضی دیگر ترجیح می دهند بارنگ های سرزنده و جیبغ به چشم بیایند. طرح زبری قسمتی از هر دو دنیا است به همراه یک سنت شکنی که قرار نیست بی توجه باقی بماند.

شانه ی تخم مرغ به معنای واقعی



گروه‌های طرفدار از محیط‌زیست و کسب و کارهایی که از این ارزش‌ها حمایت می‌کنند روش‌های مختلفی برای بسته بندی دارند. بعضی از کاغذ‌های بازیافت شده، کاغذ کرافت، کیسه کنفی یا محصولات دیگری که به محیط‌زیست آسیبی نمی‌زنند استفاده می‌کنند. این محصول به‌خصوص ترند حفاظت از محیط‌زیست را وارد مرحله‌ی دیگری کرده است. در ساختن این تخم مرغ از کاه، علف‌های خشک‌شده و هرز استفاده شده است که نه تنها آسیبی به محیط‌زیست نمی‌زنند بلکه حس طبیعی بودن و ارگانیک بودن که این گروه‌ها به دنبالش هستند را به بهترین حالت منتقل می‌کند. (در ساخت بسته بندی زیر علف‌ها به حدی سفت می‌شوند که بتوانند از تخم‌مرغ‌ها محافظت بکنند)

بسته بندی فوق کاربردی



بعضی وقتها به جای خرج کردن خلاقیت برای جلب توجه و به چشم آمدن می‌توان از لحاظ کاربردی بودن غیرقابل وصف دل خریدار را به دست آورد. ایده‌ی خلاقانه‌ی زیر چیزی است که هر فست فود دلیوری در دنیا باید از آن استفاده کند. ای بسته بندی می‌تواند هر چیزی مثل برگر، سیب‌زمینی، کیک، کوکی و غیره را در خودش نگه دارد و در نهایت به شکل یک کیف کوچک پر از غذاهای خوشمزه تا شود که مشتری می‌تواند آن را همه‌جا با خودش ببرد.

عسل زرد و زنبور زرد؟



گاهی اوقات یک سری چیزها اندر در نظر ما معمولی و ساده هستند که هیچ وقت به آن‌ها فکر نمی‌کنیم اما خلاقانه ترین ایده ها دقیقاً در همین کوچه پس کوچه‌های ذهن است که کسی به آن‌ها سر نمی‌زند. چه کسی فکرش را می‌کرد که بسته بندی عسل می‌تواند اندر خلاقانه باشد آن هم با یک ایده ی ساده‌ای که عسل درست مثل زنبور زرد است و خط‌های سیاه‌روی شیشه می‌شود بسته بندی را متمایز و جذاب کرد.

خب، ایده‌هایی که تا به اینجا بررسی کردیم هیچ چیز خاص و عجیب غریبی نبودند و همه‌ی آن‌ها از ساده‌ترین و قابل پیش‌بینی‌ترین مسائل ممکن که همه‌ی مردم آن‌ها را می‌دانند الهام گرفته‌اند. این نشان می‌دهد برای ایده گرفتن نیاز نیست که از هزاران بسته بندی خارجی و طرح‌هایی که مخاطب نمی‌تواند با آن‌ها ارتباط برقرار کند ایده بگیرید بلکه باید با ساده‌ترین مسائلی که همه‌ی خریداران با آن آشنا هستند الهام بگیرید. ممکن است بعضی از بسته بندی های بالا در حال حاضر در بازار موجود نباشند اما نشان دادن آن‌ها به این دلیل بود که بدانید که خلاقیت در طراحی بسته بندی مرز مشخصی ندارد و بالینکه ممکن است بعضی وقت‌ها این‌طور به نظر بیاید که هیچ کار بیشتری نمی‌شود انجام داد و همه‌ی ایده‌های خوب گرفته شده‌اند، همیشه یک ایده ی خلاقانه ی جدید که از ناکجاآباد پیدایش می‌شود می‌تواند به تمام این افکار رو دست بزند.

