

انتخاب رنگ یکی از مهم‌ترین بخش‌های برندینگ شما است که شامل انتخاب رنگ بسته بندی محصول هم می‌شود. رنگ‌ها چیزی هستند که باعث دیده شدن محصول شما روی قفسه‌ها می‌شوند و به برند شما کمک می‌کنند تا هدف و پیام شما را به مخاطب انتقال دهند. اگر شما به فکر این هستید که رنگ بسته بندی خود را تغییر دهید باید حواستان به خیلی چیزها جمع باشد. تغییر رنگ می‌تواند دقیقاً همان چیزی باشد که کالای شما به آن نیاز داشت تا مخاطب‌های بیشتری به دست بیاورد یا می‌تواند هر چه تا الان برای آن تلاش کرده بودید را از بین ببرد. حتی یک تغییر کوچک در پالت رنگی می‌تواند کاملاً تصویر برند شما را در چشم عموم عوض کند. نگران نباشید ما در این انتخاب سخت به شما کمک می‌کنیم. می‌توانید از راهنمایی‌های زیر استفاده کنید تا ببینید تغییر رنگ بسته بندی انتخاب مناسبی برای شما هست یا نه. باید به این توجه کنید که برند شما چه مدت در بازار حضور داشته است. تصویر کنونی برند شما چیست و شما دنبال نشان دادن چه تصویری هستید. پالت رنگی بسته بندی رفاهی شما چگونه است و در نهایت دلایلتان برای تغییر رنگ بسته بندی را باید در نظر بگیرید. همه‌ی این موارد به شما کمک می‌کنند تا تصمیم بگیرید تغییر رنگ بسته بندی حرکت مناسبی برای برند شما هست یا نه.

چرا باید رنگ بسته بندی را عوض کنیم؟

هر طوری که رنگ بسته بندی را انتخاب کرده باشید مطمئناً فکر و زمان زیادی صرفش شده است. شاید از روانشناسی رنگ‌ها استفاده کردید تا بهترین رنگ بسته بندی را برای مخاطبان کالیپتان انتخاب کنید. شاید نظر دوستان را پرسیدید تا یک رنگ بسته بندی مناسب انتخاب کنید. شاید یک ترکیب رنگی انتخاب کردید که خودتان به آن علاقه خاصی دارید یا معنای خاصی برای شما دارد. حتی ممکن است اصلاً به این مسئله فکر نکرده باشید و کاملاً اتفاقی یک رنگ را انتخاب کرده باشید. مهم نیست که با کدام یک از روش‌های بالا رنگ بسته بندی را انتخاب کرده باشید، وقتی به فکر تغییر رنگ هستید باید به این دقت کنید که قرار نیست چیزی را از اول بسازید بلکه باید چیزی که از قبل ساخته شده است را ترمیم کنید.

Brand personality traits to colors



قبل از شروع هر چیزی از خودتان این سؤال را بپرسید که چرا می‌خواهید این تغییر را ایجاد کنید. آیا قرار است یک کالای جدید را معرفی کنید یا می‌خواهید یک کالای خاصی را از بقیه کالاهایی که می‌فروشید متمایز کنید؟ شاید این محصول مخاطبان متفاوتی نسبت به مخاطبانی که در حال حاضر دارید می‌خواهد. آیا شرکت شما با شرکت جدیدی قرارداد بسته است؟ باید یک راهی پیدا کنید تا هر دو برند و همکاری آن‌ها را نشان دهید. آیا هویت برند شما آن چیزی که پیش‌بینی می‌کردید از آب درنیا آمده است؟ پس باید یک تغییری ایجاد کنید تا به تصویر ایده آل خودتان برسید. آیا دنبال یک تغییر، بروز رسانی و آپدیت جدید هستید؟ اگر مدت زیادی است که در بازار هستید ممکن است طراحی بسته بندی‌تان کاملاً از مد افتاده باشد. حتی از رنگ بسته بندی بعضی از برندها کاملاً می‌توان تشخیص داد که بسیار قدیمی و متعلق به یک دوره دیگر هستند. مهم‌ترین قسمت تغییر رنگ برند این است که دلیل خوبی برای آن داشته باشید. همچنین تغییر بزرگی می‌تواند تصویری که مصرف‌کننده‌ها از برند شما دارند را کاملاً تغییر دهد پس اگر قرار است رنگ بسته بندی را به آبی تغییر بدهید بهتر است دلایلتان محکم‌تر از این باشد که رنگ آبی را خیلی دوست دارید.

مزایای تغییر رنگ بسته بندی

تغییر رنگ بسته بندی مشتری‌های جدید را جذب می‌کند

رنگ بسته بندی که انتخاب می‌کنید می‌تواند روی طرز فکر مصرف‌کننده نسبت به محصول شما تأثیر بزرگ و می‌توانید مخاطبان خودتان را بر این اساس مشخص کنید. به‌عنوان مثال بسته بندی های ساده و سفید افراد مینیمالیست را به خود جذب می‌کنند. برای تغییر رنگ بسته بندی باید روی این مسئله که مخاطب دقیق برند شما چه کسی است کاملاً فکر کنید و بر اساس آن رنگ بسته بندی را انتخاب کنید.



تغییر رنگ بسته بندی می‌تواند گذشته را تغییر دهد

اصولا مصرف‌کننده‌ها انتظار دارند کالاهای در بسته بندی سیاه لوکس باشند. رنگ سبز ارگانیک و طبیعی بودن را داد میزند. محصولات مردانه بیشتر رنگ‌های سرد دارند و محصولات زنانه بیشتر رنگ‌های گرم دارند. شاید وقتی شرکت شما شروع به کارکرد فقط محصولات مخصوص به زنان تولید می‌کردید اما الان برای همه افراد کالا تولید می‌کنید. بسته بندی صورتی که هنگام شروع انتخاب کردید دیگر برای برند شما مناسب نخواهد بود و بهتر از رنگ‌های خنثی و حد وسط استفاده کنید. به تغییری که می‌خواهید نسبت به گذشته داشته باشید فکر کنید و بر اساس آن رنگ مناسب بسته بندی را انتخاب کنید. رنگ‌های گرم و روشن به برند شما شخصیت شاد و سرزنده‌ای می‌دهند و رنگ‌هایی مثل سیاه و بنفش تصویر لوکس‌تری دارند.

با تغییر رنگ بسته بندی می‌توانید با ترند های جدید همراهی کنید

هیچ ترکیب رنگی همیشه روی مد نمی‌ماند مگر اینکه بسیار ساده باشد. هر چیزی که ده سال پیش مد بود چه در طراحی داخلی، هنر طراحی لباس و غیره الان از مد افتاده است. حتی طرح‌های ساده و تکرنگ هم ممکن است از مد بیفتند. تغییر رنگ بسته بندی می‌تواند روشی باشد که با آن می‌توانید با تغییر سلیقه‌ی مردم درگذشت زمان همچنان روی مد بمانید.



معایب تغییر رنگ بسته بندی

ممکن است کالای شما دیگر قابل‌شناسایی نباشد

اگر بسته بندی شما به رنگ قهوه‌ای شناخته شده است یک‌شبه آن را به آبی تغییر ندهید. برای مصرف‌کننده‌ها تغییر رنگ ناگهانی گیج‌کننده است و ممکن است به فروش شما آسیب برزند. حتی باوجود لوگوی شما روی بسته بندی، رنگ خیلی

زودتر حضور شما را نشان می‌دهد. مثلاً هیچ‌کس به کوکا کولایی که قرمز نباشد اعتماد نمی‌کند.

این تغییرات ممکن است هزینه‌بر باشند

طراحی هزینه می‌برد. تحقیق برای انتخاب رنگ بسته بندی هزینه می‌برد. برندینگ کار ارزانی نیست. این به این معنی نیست که شما نباید رنگ بسته بندی را تغییر دهید اما باید به این تغییر رنگ به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری نگاه کنید. اگر تحقیقاتی که انجام دادی نشان داد که تغییر رنگ روی فروش شما تأثیری نخواهد گذاشت پس بهتر است فعلاً این کار را نکنید. تغییر رنگ برند یک‌جور ریسک است اما می‌تواند یک ریسک محاسبه‌شده باشد. شرکت اسپاتیفای ۵۰۰۰۰ رنگ سبز مختلف را قبل از عوض کردن رنگ لوگویش در نظر گرفت و بعد تغییر را ایجاد کرد.



تغییر رنگ بسته بندی یک انتخاب کاملاً خوب یا بد نیست و می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلف نتیجه‌های مختلفی داشته باشد. هیچ فرمول طلایی وجود ندارد که بتوانید با استفاده از آن تصمیم بگیرید که رنگ بسته بندی را تغییر بدهید یا نه. اول تصمیم بگیرید دوست دارید چه نتیجه‌ای از این تغییر رنگ بگیرید و بر اساس آن شروع به تحقیق و آزمایش کنید تا بهترین رنگ بسته بندی را برای نتایجی که می‌خواهید انتخاب کنید.

