

نکته مهم برای
خلق بسته‌بندی‌های عالی

۹



مقدمه

هر وقت به سوپرمارکت، پاساژ، بازار یا هر جایی بروید که چیزی در آن فروخته می‌شود همیشه محصولات را در یک جعبه، بسته یا چیزی شبیه به اینها می‌بینید. بسته بندی محصولات در اندازه‌ها، شکل و رنگ‌های متنوع انجام می‌شود.

غالباً افراد بسته‌بندی را مرتبط با حفاظت، نگهداری و انتقال آسان اجناس می‌دانند. اما نقش بسته‌بندی فراتر از اینهاست و می‌تواند در فروش و معرفی محصول نقش اساسی بازی کند و رضایت یا عدم رضایت خریداران را در پی داشته باشد یا حتی مانع سالم رسیدن آن به دست مصرف‌کننده شود.

در این نوشته قصد داریم به برخی نکات مهم و اولیه برای طراحی بسته بندی محصولات اشاره کنیم تا به کمک آنها بسته‌هایی عالی خلق کنید.

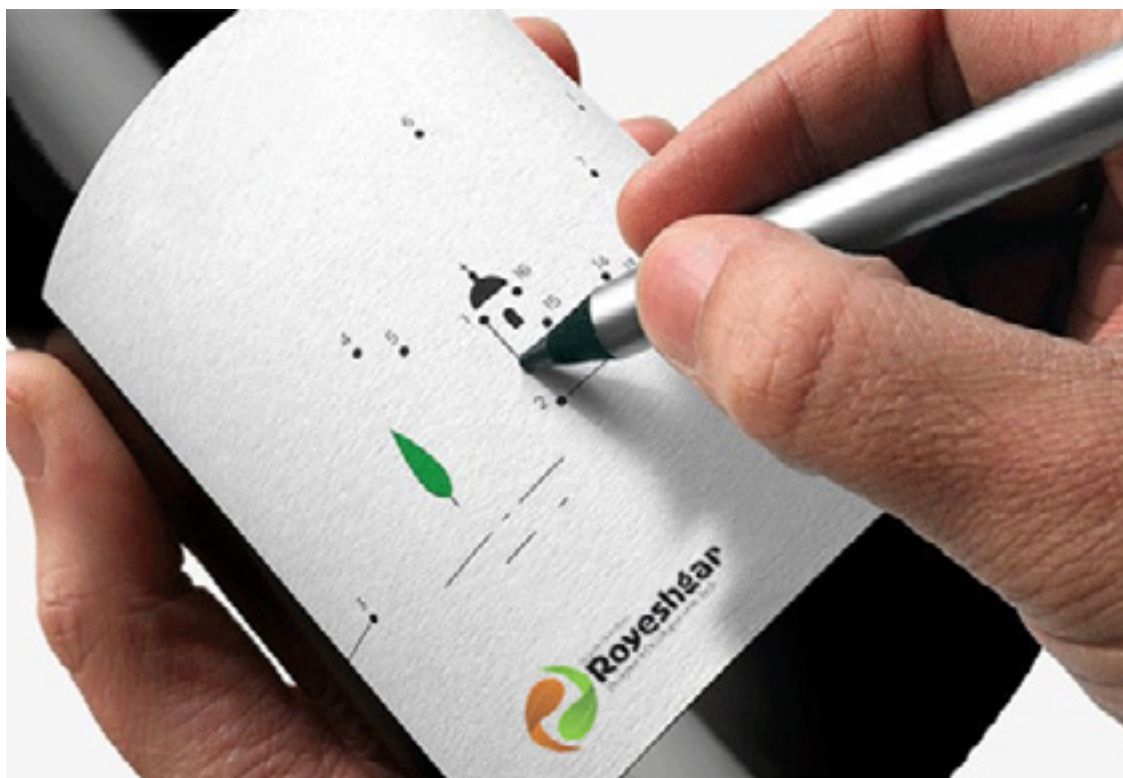


۱- خلاق و منحصر به فرد باشید

اگر می‌خواهید عده‌ی زیادی مشتری محصول‌تان شوند می‌توانید با خلق یک بسته‌بندی خلاقانه کار را آغاز کنید .

بعضی محصولات چیزهایی مثل مارپیچ و جدول برای حل کردن دارند که مشتریان را تشویق می‌کنند آنها را بخرند. برخی محصولات تکه‌های قابل جمع کردن دارند که با آنها می‌توانید کلکسیون خاصی مثلاً کارت، عروسک یا چیزهای دیگری را جمع‌آوری کنید.

شما همچنین می‌توانید برای بسته بندی محصولات از اشکال مختلف استفاده کنید.



۲- خواندن برچسب‌ها باید راحت باشد

برچسب محصول باید خوانا و واضح باشد. بیشتر مشتریان اطلاعات مربوط به محصول را که روی بسته درج می‌شود می‌خوانند تا بدانند چه می‌خرند و اینکه آیا این همان محصول مناسب آنهاست یا نه.

نوع قلم و سایز انتخابی برای نوشته‌های روی برچسب محصول باید به آسانی خوانده شود. گاهی برچسب در بسته بندی محصولات آن قدر ریز نوشته شده که خواندنش را برای مشتری سخت می‌کند.

افراد حتما برای داشتن یک انتخاب هوشمندانه پیش از خرید این بخش را می‌خوانند. برخی مصرف‌کنندگان حتی اقلام مختلف را با هم مقایسه می‌کنند.

پس اگر بسته‌بندی محصول شما خواناتر باشد و ویژگی‌های محصول نیز نظر خریداران را جلب کند آنها به سراغ محصول دیگری نمی‌روند و همان را می‌خرند. خریداران برای خواندن برچسب تمام محصولات وقت ندارند به خصوص آنهایی که ریز چاپ شده باشند.



۳- از تصاویر استفاده کنید

می‌توانید از تصاویر در طراحی بسته بندی محصولات استفاده کنید. این تصویر می‌تواند کاریکاتور، عکسی از محصول، عکسی از یک مدل یا هر چیز دیگری باشد که با محصول در تناسب است.

فقط دقت داشته باشید که تصاویر باید رزولوشن بالا داشته باشند و در ابعاد بزرگ و کوچک خوب به نظر برسند. علاوه بر این عکس انتخابی باید با محصول درون بسته بندی هماهنگ باشد تا از سردرگمی خریدار جلوگیری شود.



۴- بسته بندی محصولات باید با محصول مرتبط باشد

تصویر، قلم، رنگ، طرح و شکل بسته بندی محصولات باید متناسب با نوع محصول درون آن باشند. اگر می‌خواهید جعبه‌ی ساندویچ‌ها، تداگ طراحی کنید تصویر سگ (داگ به زبان انگلیسی) را فراموش کنید.

با این کار مصرف‌کننده را گمراه می‌کنید و آنها تمایل‌شان را به خرید از دست می‌دهند زیرا ممکن است فکر کنند این ساندویچ غذای سگ است یا اینکه از گوشت سگ تهیه شده است! پس به این موارد دقت کنید.



۵- بسته بندی محصولات را با کاربری آسان طراحی کنید

از کاربرد آسان و راه‌دست بودن طراحی بسته‌بندی مطمئن شوید. یادتان باشد اغلب مصرف‌کنندگان پرمشغله هستند پس سعی کنید زندگی‌شان را کمی آسان کنید.

بسته‌ای را طراحی نکنید که آن قدر بزرگ باشد که به سختی بتوان آن را حمل کرد. هر چه بسته‌بندی جمع‌وجورتر باشد افراد بیشتری آن را به محصولات حجیم ترجیح خواهند داد. بهتر است یک بسته‌بندی ساده‌شده طراحی کنید.



۶- بسته‌بندی نباید به نظر دست خورده برسد

امنیت محصول شایان توجهی دارد. بسته بندی محصولات همیشه باید به صورت مهروموم شده باشد، زیرا مصرف کننده اگر با بسته‌ی باز شده یا دست کاری شده مواجه شود آن را نمی‌خرد.

طراحی بسته بندی باید به گونه‌ای باشد که بتواند امنیت محصول را تضمین کند. اگر بسته بندی محصولات دست کاری شده به نظر برسد برای فروش آنها با مشکل مواجه خواهید شد.

بنابراین برای اجتناب از این مشکل بزرگ در طراحی خود دو مسئله‌ی مهروموم شدن و محافظت از محصول را مد نظر قرار دهید.



۷- باز کردن بسته بندی محصولات باید آسان باشد

حتی وقتی قرار است بسته‌ای طراحی کنید که محصول شما را محافظت‌شده و دست‌نخورده حفظ کند، هنوز لازم است مصرف‌کننده برای باز کردن آن هنگام مصرف به زحمت نیفتد.

مردم مشغولیت‌های خودشان را دارند و نمی‌خواهند زمان زیادی صرف پیدا کردن راه باز کردن بسته‌بندی محصول شما بکنند. برای نحوه‌ی باز کردن یا استفاده از بسته‌بندی راهنما یا دستورالعملی روی آن بگذارید.

حتی وقتی روش کار ساده است نیز از ارائه‌ی این راهنمایی‌ها برای کمک به مصرف‌کنندگان غافل نشوید.



۸- توجه به کاربرد

توجه به کاربرد و کارکرد محصول نیز در برخی مواقع منجر به تولید ایده‌های جالبی در بسته بندی محصولات می‌شود.

برای مثال در اینجا تصویر یک جعبه از محصول پسته دیده می‌شود. معمولاً در زمان مصرف پسته شما با مشکل محل ریختن پوسته‌ها مواجه می‌شوید.

پس تولیدکننده با دقت نظری که درباره کاربرد و کارکرد نهایی این محصول به خرج داده است، جعبه را به حالتی طراحی کرده است که در هنگام مصرف به همراه بسته بندی فضایی برای پوسته‌ها طراحی شده است که ایده‌ای جالب و کاربردی است.



۹- نشان دادن محتویات درونی

پیشتر عنوان شد که گاهی با نشان دادن محصول و عدم استفاده از بسته بندی ویژه، کیفیت گویای همه چیز خواهد بود.

در برخی دیگر از موارد نیز برای جلوگیری از اشتباه در انتخاب مشتری بهتر است قسمتی از محصول از خلال بسته بندی مشخص باشد تا بیننده و مخاطب بداند که درون بسته چه چیزی انتظارش را می‌کشد.



بسته‌بندی چیپس میوه

در واقع بسته‌بندی چیپس میوه براساس نیاز بازار در بسته‌های سلفونی، کارتی یا قوطی در حجم‌ها و فرم‌های متفاوت یکی از وجه‌های سرمایه‌گذاری در این عرصه است که به تفصیل می‌توان یک گزارش جداگانه از آن تهیه کرد.

اما تا اینجا همین بس که برای بسته‌بندی این چیپس‌های میوه در یک حالت عادی با چهار وزن ۲۵۰ گرم، ۵۰۰ گرم، یک کیلو و سه کیلو حدود ۵۰ میلیون سرمایه جداگانه نیاز دارید که این مبلغ و فعالیت اگر بخواهد وجهه صادراتی یابد و توانایی رقابت را در بازارهای جهانی داشته باشد می‌تواند جزو بسته‌بندی‌های لوکس و با سرمایه‌ای حدود ۵۰۰ میلیون بازاری بزرگ را از آن خود کند.

نکاتی در ارتباط بسته بندی میوه جات خشک

۱- بسته بندی باید به گونه ای باشد که حفاظت صحیح و کامل از کالا را در برابر هر گونه آسیب طی مراحل نگهداری و ترابری فرآورده تأمین نماید

۲- میوه جات خشک را می توان در کارتن یا جعبه با استفاده از کاغذ مومی یا نایلکس یا بسته های پلاستیکی مناسب و مجاز بسته بندی نمود. اگر از کارتن بهره گیری شود باید ویژگیهای آن با استاندارد ملی ایران به شماره ۳۶ مطابقت داشته باشد و اگر از جعبه چوبی «ویژگیهای کارتن جهت خشکبار» استفاده می شود باید ویژگیهای جعبه چوبی با استاندارد ملی ایران به شماره ۱۰۳۵ «به چوبی جهت صادرات خشکبار» مطابقت داشته باشد.

۳- لوازمی که برای بسته بندی به کار برده می شود باید سالم، نو، تمیز، خشک و بدون هر گونه آلودگی و بوی نامطبوع باشد.

۴- وزن خالص هر بسته نباید از ۱۰ کیلوگرم بیشتر باشد.

۵- همه بسته های یک بهر باید از دید چگونگی بسته بندی، رنگ، اندازه، وزن و محتویات آن یکنواخت باشد

نشانه گذاری

نشانه‌های زیر باید روی هر بسته با خط خوانا و پاک نشدنی به زبان فارسی و در صورت صدور به زبان انگلیسی و یا به زبان کشور خریدار نوشته، بر چسب و یا الصاق گردد:

۱. نام و نوع کالا
۲. وزن خالص محتوی (کیلو گرم یا گرم)
۳. نام و نشانی بسته بندی کننده یا صادر کننده کالا و نشانه تجارتي
۴. ذکر عبارت محصول ایران
۵. تاریخ تولید یا بسته بندی (روز، ماه، سال)
۶. تاریخ انقضای قابلیت مصرف (روز، ماه، سال)
۷. سری ساخت
۸. ذکر شرایط نگهداری (دما، رطوبت)
۹. کد بهداشتی از وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی



نکته برای موفقیت ۹ خلق بسته‌بندی‌های عالی



رویشگر
راهکار کار، آب، انرژی

آدرس: اصفهان، شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، ساختمان فن آفرینی ۲، واحد ۳۴۵

تلفن: ۰۵۰ - ۳۳۹۳۲۱۴۹ - ۰۳۱ ایمیل: info@royeshgar.com سایت: www.royeshgar.com