



بسته بندی که برای محصولاتتان انتخاب می کنید می توانید موفقیت کسب و کارتان را در راز مدت تضمین کند. یکی از روش هایی که می شود 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 می توانید در رقابت بازار سربلند بیرون بیایید چون همیشه چیزهای جدید و آپدیت شده به نظر خریداران جذاب تر هستند. در ادامه چند تا از ترند های امسال را معرفی می کنیم که نسبت به بقیه ترند ها محبوب تر هستند.

رنگ های روشن و کمرنگ

مینیمالیسم یکی از ترند هایی است که وارد تمام بخش های زندگی انسان ها و صنعت های مختلف شده است. صنعت بسته بندی هم چند سالی است که قدرت طراحی مینیمالیسم را کشف کرده است. کسب و کارهایی که نمی توانند کاملاً مینیمالیسم باشند شروع به استفاده از رنگ های طبیعی تر و کمرنگ تر کرده اند تا مقداری با این ترند همراه شوند. فقط کافی است به بسته بندی های اطرافتان یا در فضای مجازی نگاه کنید تا ببینید رنگ هایی مثل کرمی، آبی کمرنگ و صورتی کمرنگ چقدر استفاده می شوند.

شما هم می توانید برای بهتر شدن از این پالت رنگ روشن استفاده کنید، فقط سعی کنید تا رنگ هایی انتخاب کارها اصرار دارند همیشه از و کنید به محصول شما می آیند و ترکیب رنگ جدیدی هستند. بعضی از کسب

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 رنگ های خنثی و کمرنگ در بسته بندی ایده ی بسیار خوبی است چون مردم این رنگ ها را روی بسته بندی خیلی دوست دارند. علاوه بر این استفاده از این رنگ ها به شما کمک می کند تا برای کمپین های تبلیغاتی بتوانید عکس های بهترین بگیرید و پست هایی که در سوشال مدیا می زارید از لحاظ بصری زیبایی دلپذیری داشته باشند.

استفاده از ترکیب رنگی خنثی به این معنی نیست که شما حتماً یک طراحی مینیمالیسم انجام داده اید. شما می توانید این پالت رنگی را با المان های دیگر طراحی ترکیب کنید تا نتیجه ی دلخواه بگیرید. وقتی رنگ بسته بندی خنثی باشد می توانید بیشتر روی طراحی اسم برند مانور بدهید تا به چشم بیاید و بهتر دیده شود. در حقیقت استفاده از این رنگ ها جدا کردن بخشی از مینیمالیسم است که می تواند با بسته بندی هر محصولی همراه شود و انعطاف پذیری بیشتری در قسمت طراحی داشته باشد.



نشان دادن محصول

منظور از نشان دادن محصول استفاده از بسته بندی شفاف است که یکی پر استفاده ترین ترند های امسال بوده است. یکی از روش های جذب مشتری نشان دادن محصول داخل بسته بندی است. بعضی وقت ها خریدارن مطمئن نیستند که هر چیزی که روی بسته بندی نوشته شده واقعیت دارد یا نه، شما می توانید 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 می شود.

مردم دیگر به تبلیغات های دروغین اعتماد نمی کنند. دیگر عکس های خوشمزه روی بسته بندی محصولاتی که هیچ شباهتی به عکس ندارند کاربرد ندارد زیرا مارکت روزبه روز باهوش تر می شود و شما می توانید با استفاده از بسته بندی شفاف شک مردم را از بین ببرید تا به خرید کالای شما ترغیب شوند. همین طور می توانید شعارهایی مثل راست گویی، روراست بودن با مشتری، کیفیت بهترین تبلیغات است و غیره را در کمپین های تبلیغاتی به کار ببرید.

وقتی شما از بسته بندی استفاده کنید تا چیزی را به خریدار بفروشید که دروغ است و با واقعیت فرق می کند، اعتماد خریدار را از دست می دهید و در نهایت فروش محصول شما پایین می آید. با بسته بندی شفاف می توانید از این اشتباه جلوگیری کنید و به شما فرصتی می دهد تا بیشتر روی کیفیت محصولتان تمرکز کنید.

برای ساختن بسته بندی های شفاف می توانید از موادی با جنس شفاف برای بسته بندی استفاده کنید یا پنجره های شفاف روی بسته بندی که در حال حاضر دارید بزارید اما باید حواستان باشد تا رنگ بقیه ی 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 7 سال پیش بود که تصویرسازی بدون حرکت پرفردار 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 به حال 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 بیلبورد 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 ایده‌ای برای تصویرسازی برسید و بعداً جزئیات بیشتر را به استفاده از یک طراح حرفه‌ای اضافه کنید. در حین این پروسه حواستان باشد که تصویر ساخته‌شده با هویت برندتان سازگار باشد مثلاً اگر مخاطب محصولاتتان مردان هستند از المان‌های زنانه و کودکانه در تصویرسازی استفاده نکنید.



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 می تواند 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 می کند 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.

