

همان گونه که پیش از این و در [دیگر یادداشت ها](#) عنوان شد، امروزه بسته بندی نه یک «شاید» که به «بایدی» برای صنعت های مختلف، از جمله صنعت های غذایی تبدیل شده است. [بسته بندی](#) خود صنعت مستقل، مهم و درآمد زایی شده است که موجودیت خیلی از صنعت های دیگر را به خود وابسته ساخته و به رکن اصلی بیشتر کسب و کارها تبدیل شده است.

اهمیت بسته بندی و وابستگی دیگر کسب و کارها به این صنعت، به اندازه ای است که سبب شده دانش و زمینه ی مطالعاتی جدیدی به نام «دانش [بسته بندی](#) و مواد» شکل بگیرد. با این حال، عمده ی فعال های این عرصه، زمان کافی برای پرداختن به همه ی جنبه های این بحث ندارند و همین انگیزه و بهانه ای شد تا نگارنده در این مقاله به بررسی و تحلیل نکته های مهم در بسته بندی بپردازد.



1. آیا طراحی شما گویا و ساده است؟

تورنگ چاپ، ارائه دهنده مناسب ترین خدمات طراحی و چاپ

[www.ToorangPrint.com](http://www.ToorangPrint.com)

آیا **بسته بندی** شما می تواند به خوبی محتوا، شعار، برند، ساختار و پیام خود را به مشتری برساند؟ هرچه طراحی و بسته بندی شما در انتقال مورد های یاد شده توانا باشد، گویا و نافذ تر خواهد بود. با این حال، سادگی هم مهم است. مهم است که طراحی شما بتواند شعار و پیام خود را نه با پیچیدگی، که به سادگی و در کم ترین زمان و فرصت ممکن، به مشتری منتقل کند. اگر نمی توانید در سریع ترین زمان ممکن به پرسش نخست پاسخ دهید، یقین بدانید که طراحی و **بسته بندی** کالای شما گویا و ساده نیست.



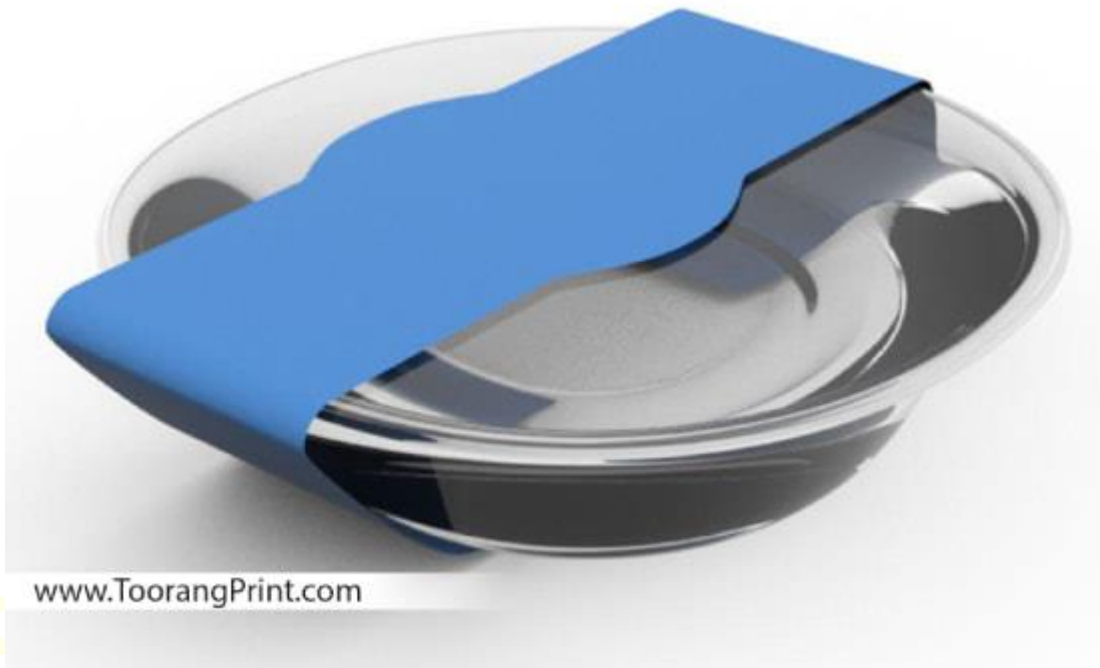
2. آیا طراحی شما صادقانه و شفاف است؟

هر آنچه که بر روی کالا ثبت می شود، باید مشخص، شفاف و البته صادقانه باشد. تصور نکنید که با ثبت نکردن قیمت، تاریخ انقضا و دیگر داده و حقیقت های غذایی، مصرف کننده را گول زده اید. امروزه مصرف کننده آگاه تر از همیشه و با قدرت چانه زنی فراوان پا به فروشگاه می گذارد و اگر اطلاعات مورد نظرش را بر روی کالا نیابد، آن را کنار نهاده و کالای دیگری بر می دارد. گذشته از این، عدم درج اطلاعات یا بدتر از آن، درج اطلاعات ناصحیح، می تواند مصرف کننده را نسبت به شما **بدبین** کند و بدانید یک مشتری بدبین، تجربه ی خود را با هفده مشتری دیگر

تورنگ چاپ، ارائه دهنده مناسب ترین خدمات طراحی و چاپ

[www.ToorangPrint.com](http://www.ToorangPrint.com)

در جریان خواهد گذاشت و اگر آن هفده مشتری نیز هر یک تجربه شان را به هفده نفر منتقل کنند (در بهترین حالت و بدون بزرگ نمایی)، اعتبار تامین کننده برای همیشه زیر پرسش خواهد بود.



3. آیا بسته بندی در قفسه و در کنار رقیب ها جذاب است؟

فراموش نکنید که کالا و بسته بندی و طراحی آن، نه به تنهایی که در فروشگاه و در کنار انبوهی از دیگر کالا ها و بسته ها باید دیده شود. هیچ فروشگاه‌های فضا و بخش ویژه و منفردی برای کالای شما در نظر نمی گیرد. پس افزون بر مورد های یاد شده، باید طراحی و بسته بندی کالا به گونه ای باشد که بتواند درون قفسه و در کنار دیگر کالا ها، خود را نشان دهد.



4. به فروشگاه بروید و روزی را با کالا و بسته بندی های مختلف سر کنید

در پایان نگارنده پیشنهاد می دهد که اگر حتی زمانی برای مطالعه و کند و کاو در این زمینه را ندارید، می توانید روزی به فروشگاه بروید و از نزدیک کالا های مختلف را مشاهده و بسته بندی و طراحی آن ها را تحلیل و بررسی کنید. در همین میان، سعی کنید تعدادی از کالا ها که از نظر شما بسته بندی مناسب دارند و کالا هایی که بسته بندی مناسبی ندارند را برداشته و ویژگی های هر یک را تحلیل کنید.