



امروزه صنعت بسته بندی دارای جایگاه ویژه ای بوده و نیاز به بسته بندی های تخصصی از هر زمان دیگری بیشتر نمود پیدا کرده است. پاکت ها بخش اعظمی از بسته بندی ها را بخود اختصاص داده و پاکت های ایستاده و مخصوصا پاکتهای ایستاده زیپدار Stan up pouch with zip keep بسیار مورد توجه هستند به گونه ای که در مدت زمان اندکی از پیدایش آنها در تمامی سطوح اعم از غذایی و دارویی و آرایشی و بهداشتی و غیره مخاطبین خود را یافته اند . در ادامه به چند مورد از مزایای این پاکت ها اشاره میکنیم :

راندمان بسته بندی : در بسته بندی با لفاف های مختلف مورد همواره سطح پوشش دهی yeld به عنوان یک شاخص مطرح بوده و آن عبارت است از حداکثر پوشش با کمترین مقدار لفاف مصرفی پاکت های ایستاده به علت داشتن زیره یا قاعده down gasset دارای شکل هندسی سه بعدی و گنجایش قابل توجهی نسبت به لفاف بکاررفته در خود را دارند بنابراین پاکت های ایستاده stan uply دارای عدد پوشش دهی قابل قبولی هستند . ایجاد ماندگاری بالا : پاکت های ایستاده زیپ دار Stan up pouch with zip keep بواسطه وجود زیپ قادر به استفاده چندین مرحله ای هستند یعنی بعد از باز شدن در پاکت توسط مصرف کننده و خارج نمودن قسمتی از کالای درون پاکت ایستاده با بستن زیپ مجددا ارتباط مابین محصول با محیط بیرون قطع شده و از تازگی محصول کاسته نمی شود. نمایش محصول: اکثر پاکت های تولید شده توانایی قرار گرفتن به حالت ایستاده و استقرار روی قاعده خود را ندارند ولی پاکت های ایستاده به همین سبب طراحی و تولید شده اند که این مهم زیبایی و چشم اندازی آنها را دو چندان کرده است به همین سبب در قفسه های فروشگاههای براحی رویت شده و مشتریان رقبت بیشتری برای خرید محصولات بسته بندی شده توسط پاکت های زیپ دار را دارند .

رنگ در طراحی بسته بندی ها یکی از المان هایی است که کار و انتخاب شما را در محصول از رقبا متمایز می کند. رنگی که شما انتخاب می کنید، می تواند یک پیام به صورت ناخودآگاه در هر یک از مشتریان القا کند. رنگ، بهترین راه برای شناخت بیشتر نام و واحد تجاری محصول به عنوان یک رسانه بصری است.

رنگ در طراحی بسته بندی باید با لوگوی شما مرتبط باشد، درحقیقت رنگ بسته بندی تصویری است که به بازار، برای جذب مشتری می فرستید. هیچگاه رنگ مورد علاقه خود را بدون بررسی پیامی که انتقال می دهد انتخاب نکنید. زیرا ممکن است با وجود خوب بودن، مناسب کار شما نباشد.

برای آن که انتخابات در رنگ بسته بندی درست باشد نیاز دارید به موارد زیر توجه کنید:

- محصول خود را در ذهن داشته باشید و خود را به جای مشتری قرار دهید و این موارد را بررسی کنید، انگیزه‌ی شما از خرید این محصول چیست؟ برای چه رده سنی است؟ شرایط اقتصادی، میزان تحصیلات آن‌ها چیست؟
- هدفی که از محصول دارید را تعیین کنید و این که چه پیامی را می‌خواهید به خریدار انتقال بدهید، پیامی حرفه‌ای و مهم؟ آیا دربارہ سلامتی است؟ به حل مشکلات خریدار کمک می‌کند؟ حس خوبی برایش ایجاد می‌کند؟ جزو کالاهای لوکس است؟ مطمئن باشید رنگ‌ها، پیام درستی را منتقل می‌کند
- بدانید که بازار هدف مورد نظرتان از نظر فرهنگی طالب چه چیزهایی است، و هرگونه معانی فرهنگی از رنگی که می‌خواهید انتخاب کنید را بدانید. رنگ پایه را براساس پیامی که می‌خواهید به بازار هدف منتقل کنید انتخاب کنید.
- یک روش جدید برای جذب مشتریان پیدا کنید. رنگ بسته بندی را در بازار امتحان کنید و سپس تصمیم بگیرید که موفقیت آمیز است یا نیاز با تغییر دارد.

مفهوم رنگ سفید در طراحی بسته‌بندی

در روانشناسی رنگها، رنگ سفید یک بوم خالی و نشانه‌ای از پاکی، برابری و یا آغازی نو است. به عنوان رنگ در طراحی بسته بندی، نشانه‌ای از امنیت و محافظه کارانه بودن محصول است. اما یک انتخاب خوب برای بیان تصویری از پاکی، نظافت، بهره وری و یا سادگی است.

با اضافه کردن چند رنگ دیگر به رنگ طراحی بسته‌بندی می‌توانید پیام‌های مختلفی با رنگ سفید ایجاد کنید. برای مثال با اضافه کردن رنگ قرمز هیجان و توجه به محصول را ایجاد می‌کنید، رنگ زرد شادی و سرگرم کننده است در حالی که طراحی با ترکیب رنگ سیاه و سفید احساس پیچیدگی، قدرت و منزلت را بیان می‌کند.

طراحی به صورت خلاق و یا رنگی باعث می‌شود شما از بقیه رقبا جدا شوید. تعداد رنگ‌هایی که در طراحی بسته بندی استفاده می‌کنید از تعداد رنگ‌هایی که در طراحی محصول استفاده می‌کنید از اهمیت کمتری برخوردار هستند. ترکیب ساده‌ای از دو رنگ می‌تواند نشانه‌ی زیبایی و درجه یک بودن باشد.

مفهوم رنگ سیاه در طراحی بسته‌بندی

سیاه رنگ قدرت، اقتدار، و کنترل است. زمانی که به عنوان رنگ در طراحی بسته‌بندی انتخاب می‌شود محصول، مقتدرانه تر، گران تر و با ارزش تر نشان داده شود. رنگ سیاه یک مقدار رمز و راز، ترس و از سوی دیگر ظرافت و کلاس را به محصول می‌افزاید.

شما می‌توانید با ترکیب رنگ سیاه و چند رنگ دیگر در طراحی بسته‌بندی پیامی را به مشتریان بالقوه خود بفرستید. اضافه کردن رنگ طلایی به طراحی بسته‌بندی باعث ایجاد ظرافت می‌شود و این ترکیب بازارهای گران قیمت را به خود جذب می‌کند. رنگ نقره‌ای هم اثری مشابه دارد. ترکیب رنگ سیاه و قرمز می‌تواند ترکیب جذابی را ایجاد کند، تا حدی که این ترکیب بخشی از میراث مردم اسپانیا به شمار می‌رود. اضافه کردن صورتی به ترکیب رنگ بسته‌بندی پیامی را برای جذب بازار بانوان ایجاد می‌کند.

این نکته را به یاد داشته باشید، درخشندگی‌ای که به رنگ طراحی بسته‌بندی می‌دهید باعث کاهش اهمیت آن می‌شود.

مفهوم رنگ آبی در طراحی بسته‌بندی

آبی رنگ اعتماد، صداقت، قدرت و وحدت است. هنگامی که در طراحی بسته‌بندی خود از آبی استفاده می‌کنید با آن اطمینان و اعتمادی که مشتری می‌تواند به محصول داشته باشد را بیان می‌کنید. آبی تیره محصول را حرفه‌ای تر، مهم و محافظه‌کارانه و آبی کم‌رنگ محصول را خلاقانه تر نشان می‌دهند.

رنگ آبی موجود در طراحی بسته‌بندی می‌تواند به آرامش خریدار کمک کند. از رنگ آبی برای بازارهای افراد بزرگسال استفاده می‌شود و بنابراین از رنگ آبی در طراحی بسته‌بندی برای تسخیر بازار جوانان استفاده نکنید. لازم است که از همان آبی استفاده کنید که هم خانم‌ها و هم آقایان دوست دارند. اگر چه آبی یک رنگ مطمئن است. ولی، رنگ قابل پیش‌بینی و خسته‌کننده‌ای نیز است.