

کارگاہ ارتباط تصویری رشتہ زندگی

مفت طبع کارشناسی

رشتہ ارتباط تصویری
مدرس: محمد مہدی ولیزادہ

تیم سال دوم

سال تحصیل ۹۹-۱۳۹۸

مؤسسہ آموزش عالی روزیہ

جلسہ دوم



۷ مرحله اصلی در طراحی بسته بندی

۱- لایه های بسته بندی را بشناسید.

هر بسته بندی از سه لایه تشکیل شده است: بسته بندی خارجی، بسته بندی داخلی و بسته بندی کالا. برای بسته بندی کالا خود ممکن است به یکی از این سه لایه یا هر سه آنها نیاز داشته باشید. بسته بندی خارجی نخستین بخشی است که در پیش چشم مشتری ظاهر می شود و کالای شما را از گزند عوامل محیطی مصون نگه می دارد. بسته بندی خارجی می تواند جعبه ای باشد که کالایتان درون آن حمل می شود یا کیسه ای که محصولاتتان در آن جای می گیرد تا در قفسه فروشگاه ها به فروش رسد.



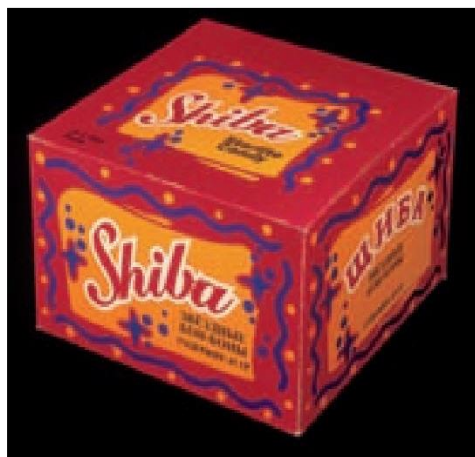
بسته بندی داخلی در دل بسته بندی خارجی قرار می گیرد و از کالایتن محافظت می کند. بسته بندی داخلی می تواند کاغذ، فوم یا ضربه گیری باشد که درون بسته بندی خارجی را پر می کند و اجازه نمی دهد کالا تکان بخورد و آسیب ببیند. کیسه هایی که به حفظ طراوت و تازگی مواد غذایی کمک می کنند، در این دسته قرار می گیرند. بسته بندی کالا دقیقاً همان چیزی است که اغلب افراد با شنیدن کلمه بسته بندی به آن می اندیشند؛ جعبه ای که یک اسباب بازی درون آن قرار گرفته، بطری لیبل دار یک نوشیدنی، اتیکت روی یک لباس، کاغذ شکلات. هر یک از این لایه ها فرصتی برایتان مهیا می کند تا بخشی از داستان برندتان را روایت کنید.



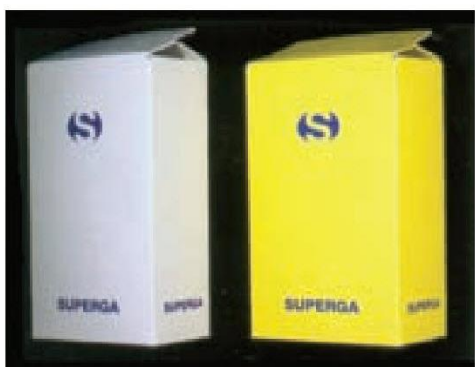
بسته بندی جعبه ای آب میوه



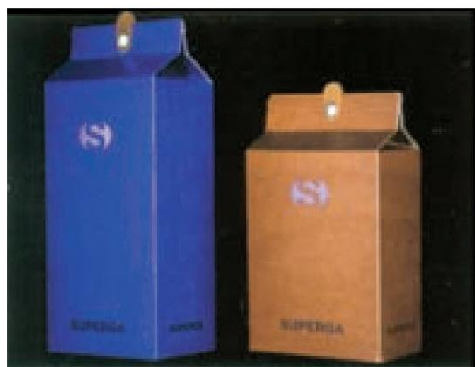
جعبه ها



جعبه ای دستمال کاغذی



جعبه ای کفش



جعبه ای کفش

۲- مناسب ترین نوع بسته بندی را انتخاب کنید.

طیف وسیعی از بسته بندی موجود است و می توانید یکی از آنها را برای کالای خود برگزینید. گاهی اوقات انتخاب کردن بین جعبه یا بطری کار چندان دشواری نخواهد بود. اما همیشه این طور نیست. برای انتخاب مناسب ترین و بهترین نوع بسته بندی باید موارد زیر را در ذهن داشته باشید؛



کالا: همه چیز به همین جا ختم می شود؛ کالا! اگر محصول شما مایع باشد، گزینه های موجود برای بسته بندی کردن آن محدود می شود. البته نباید اجازه دهید که این محدودیت ها خلاقیت شما را سرکوب کند. به عنوان مثال Capri Sun تحولی عظیم در صنعت بسته بندی آبمیوه به پا کرد و آبمیوه هایش را به جای بطری درون کیسه های کوچک (ساندیزی) بسته بندی کرد. شرکت Go-Gurt تصمیم گرفت به جای استفاده از بسته بندی های همیشگی ماست، بسته هایی را طراحی کند که مشتریان برای خوردن ماست دیگر نیازی به قاشق نداشته باشند. البته این را هم در نظر داشته باشید که طراحی و تولید یک بطری با شکل و شمایلی خاص بسیار بیشتر از بطری های استاندارد و معمولی برایتان هزینه خواهد داشت.



بسته بندی جعبه های دارو

رقابت: اگر همه رقبا سوپ را در قوطی کنسرو عرضه می کنند، باید در اندیشه راهی متفاوت و خلاقانه برای بسته بندی محصول خود باشید. از این طریق می توانید حسابتان را از سایر رقبا جدا کرده و متمایز ظاهر شوید. البته این را هم در نظر داشته باشید، مسیری که انتخاب کرده اید بسیار دشوار و پر فراز و نشیب خواهد بود، چرا که مشتریان به قوطی های کنسروی سوپ عادت کرده اند و سوپر مارکت ها قفسه ها و انبارهای خود را برای نگهداری سوپ های بسته بندی شده در قوطی کنسرو طراحی و ساخته اند.



بودجه: ممکن است یک ایده بی نظیر و فوق العاده برای طراحی بسته بندی در ذهن داشته باشید و مثلاً بخواهید گردنبند ماه تولد را درون جعبه ای به شکل هلال ماه بسته بندی کنید، اما اگر بودجه ای که برای هر بسته بندی در نظر گرفته اید فقط ۵۰ سنت باشد، ایده شما عملی نخواهد بود. در چنین شرایطی باید مشتریان ایده آلتان را مد نظر قرار دهید؛ اگر قرار است این گردنبند را به قیمت ۱۲ دلار بفروشید، بهتر است از یک جعبه ارزان قیمت برای بسته بندی آن بهره بگیرید. اما اگر گردنبندی از جنس طلا و دست ساز دارید که بیش از ۱۰۰ دلار می ارزد، باید بودجه ای که برای بسته بندی آن در نظر گرفته اید را افزایش دهید و همان جعبه شیک و زیبایی که به شکل هلال ماه طراحی شده را برای بسته بندی کالای خود برگزینید.



به‌کارگیری ترندهایی خلاق و ابتکاری در طراحی جعبه به‌صورتی که در چیدمان انبوه جلوه‌ای جدید و نو ایجاد نمایند.



بسته‌بندی کفش در جعبه و چیدمانِ فروشگاهِ آن

۳- چاپگرتان را آماده کنید.

پس از مرحله طراحی نوبت به چاپ می‌رسد اما شما باید از همین حالا در مورد این مرحله خوب فکر کنید. به علاوه باید از هزینه های چاپ بسته بندی تان کاملاً آگاه باشید. با تحقیق در مورد مرحله چاپ می‌توانید به طراح خود کمک کنید تا فایل هایی را که باید آماده کرده و تحویل دهد. در خصوص موضوعات زیر پرس و جو کرده و اطلاعات لازم را کسب کنید:

خط قالب **Dieline**: اگر سبزه جعبه و لیبل هایتان استاندارد باشد، چاپگرها می‌توانند طرح خط قالب را به شما ارائه دهند تا شما آن را در اختیار طراحان قرار دهید.



طراحی بسته‌بندی داروهای کودکان



طراحی بسته‌بندی داروهای کودکان



طراحی بسته‌بندی داروهای بزرگسالان

فرمت های فایل چاپ و الزامات آن: برای چاپ به فایل وکتور نیاز دارید. این فایل باید لایه دار باشد؟ باید خطوط برش را در این فایل مشخص کرد؟ طراح شما باید یک فایل آماده برای چاپ را در فرمت Ai، فوتوشاپ، PDF یا EPS تحویل دهد. برای باز کردن این فایل ها به یک برنامه خاص نیاز دارید اما چاپگرها می توانند این فایل ها را باز کنند. به علاوه طراح موظف است تصویر طرح خود را در قالب فرمت JPG یا PNG هم ارائه کند تا هر کسی بتواند آن را باز کند و ببیند. باید فرمت های متفاوت یک فایل را بشناسید و بدانید کدام فایل را به که تحویل دهید. رنگ ها: برخی چاپگرها می توانند خود را با هر مدل و کد رنگی وفق دهند. اما برخی چاپگرها (مخصوصاً آن هایی که چندان گران قیمت نیستند) پالت رنگ محدودی دارند. چاپ افست یا دیجیتالی: چاپگر شما می تواند به صورت دیجیتالی چاپ بگیرد یا افست؟ حداقل تعداد سفارش برای گرفتن چاپ افست چقدر است؟ جدول هزینه هایتان به چه شکل خواهد بود.



۴- پیکره اطلاعات را مشخص کنید.

در این مرحله باید بار دیگر به پرسش‌هایی بیندیشید که در ابتدای این مقاله مطرح کردیم؛ چه کسی قرار است کالای شما را بخرد؟ این کالا در کجا به فروش می‌رسد؟

با پاسخ دادن به این دو پرسش می‌توانید ساختار اطلاعاتی بسته‌بندی را مشخص کنید. شاید یک تصویر زیبا از کالایتان یا توصیه‌ای هوشمندانه برای مشتریان داشته باشید یا بخواهید پیام برندتان را به گوش مخاطبین برسانید یا با یک نمودار تصویری نحوه استفاده صحیح از کالایتان را به مشتریان نشان دهید. اما وقتی مشتری نگاهی به بسته‌بندی محصول شما می‌اندازد، تنها یک چیز را به خاطر خواهد سپرد، می‌خواهید آن چیز چه باشد؟



بسته بندی لوازم بهداشتی کودک



بسته بندی ابزار و لوازم صنعتی تفاوت در طراحی بسته بندی برای مخاطبین متفاوت

مهم ترین چیزی را که می خواهید در ذهن مشتریان حمل شود را در مرکز طرح بسته بندی قرار دهید تا مخاطبین کالا و برند شما را با آن بشناسند. در مراحل بعد می توانید چند چیز دیگر را به این طرح اضافه کنید تا وقتی مشتری نگاهی دقیق تر به محصول شما انداخت یا بر روی لینک آن کلیک کرد، متوجه این جزئیات شده و نسبت به خرید کالایتان اقدام کند. بیایید به اتفاق هم نگاهی به این مثال ها بیندازیم:

نام برند **Lelini** مهم ترین چیزی است که نظر مشتریان را به خود جلب می کند و در کنار آن متنی است که به مشتریان می گوید این کالا قرار است برایشان چه کار کند. مهم ترین نکته ای که مشتریان باید در مورد این گوجه ها بدانند، ارگانیک و طبیعی بودن آن ها است. سپس با تصویری مواجه می شویم که نحوه آماده سازی گوجه ها را نشان می دهد. به این تصویر نگاه کنید ... هنوز هم احساس گرسنگی می کنید؟ کاملاً مشخص است که چه چیزی درون این بسته بندی قرار گرفته و با یک نگاه دقیق تر متوجه می شوید که آماده کردن آن چقدر ساده و بی دردسر خواهد بود.



۵- طراحی بسته بندی را سبک و سنگین کنید.

ایده های نابی برای بسته بندی کالایتان دارید؟ زمانش رسیده تا نظر دیگر را در مورد ایده هایتان جویا شوید و بازخوردها را بررسی کنید. پیش از هر کاری باید در مورد این مسائل خوب بیندیشید.



همه می توانند به راحتی سر در بیاورند که چه کالایی درون بسته بندی است؟ با نگاه کردن به بسته بندی می توان دریافت که چه چیزی درون آن قرار دارد و این کالا برای چه قشری مناسب است؟ مردم بابت چیزهایی هزینه می کنند که بتوانند آن را به خوبی درک کنند. پس حواستان باشد که بسته بندی شما مصرف کنندگان را به خطا نیندازد و کالای شما را با چیز دیگری اشتباه نگیرند، (مگر آن که خودتان عمداً این کار را بکنید و هدف خاصی داشته باشید) بدون تردید نمی خواهید مشتریان را گمراه کنید. خوب به نظر می رسد که با یک آبمیوه خیلی خوشمزه و دلچسب طرف هستیم، اما این طور نیست! این بسته بندی مواد شوینده است. باید اطمینان یابید که بسته بندی محصولتان مصرف کنندگان را به اشتباه نخواهد انداخت.



بسته بندی کالایان نمایشی صادقانه از محصولی است که درون آن قرار گرفته؟
بزرگ ترین اشتباهی که ممکن است مرتکب شوید، نمایش دادن اغراق آمیز و غیر واقعی محصولی است که درون بسته بندی قرار گرفته. اطمینان یابید که تصاویر نقش بسته بر روی بسته بندی، تصویر واقع گرایانه از کالای شما است. البته این حق را دارید که کالایان را به بهترین شکل ممکن در معرض نمایش بگذارید اما اگر تصویر کیکی که روی بسته بندی است پر باشد از کشمش های تازه و خوشمزه اما کیکی که درون آن قرار گرفته فقط دو تا کشمش داشته باشد، مشتری حس می کند که قصد فریب دادن او را داشته اید و سرش را کلاه گذاشته اید و به احتمال زیاد دیگر از شما خرید نخواهد کرد. بسته بندی این محصول کاملاً همراه کننده است! چه اتفاقی برای آن همه کشمشی افتاد که در تصویر دیده بودیم؟



شمای سه بعدی بسته بندی شما چگونه است؟

طراحان باید نمونه نهایی شده کار را به صورت دو بعدی (مسطح و آماده برای چاپ) و سه بعدی به شما ارائه دهد. به علاوه شما می توانید طرح بسته بندی را بر روی یک کاغذ سفید چاپ کرده و آن را به شکل یک جعبه یا تیوب در بیاورید. با این روش می توانید به نکاتی پی ببرید که قبلاً از آن غافل بوده اید. گاهی اوقات یک تصویر در فضای دو بعدی به نظر معرکه و بی نظیر آید، اما وقتی از یک زاویه سه بعدی به آن نگاه می کنید، به نظر افتضاح باشد، البته عکس این مطلب هم صادق است. اطمینان یابید که این تفاوت ها را به خوبی درک کرده اید.



بسته بندی شما بر روی قفسه فروشگاه ها چه جلوه ای خواهد داشت؟
اثر قفسه ای برای اقلامی که قرار است درون فروشگاه ها به فروش رسند، اهمیت بسزایی دارد لذا نباید از موارد زیر غافل شوید:

چه بخشی از بسته بندی قابل رویت خواهد بود؟
زمانی که کالاهای مختلف در کنار هم قرار می گیرند، فقط یک سمت از بسته بندی را می توان دید. اطمینان یابید که مهم ترین اطلاعاتتان در قسمت جلویی بسته بندی و در مرکز آن قرار گرفته است.
وقتی کالایتان در کنار یا بالای سایر کالاها چیده می شود، بسته بندی آن چه جلوه ای خواهد داشت؟ الگوی خاصی پدید می آید؟ این الگو به دلتان می نشیند؟



طرح گسترده جعبه‌ای جاروبرقی و پنکه daewoo -- مژگان اصلانی -- شرکت حایر رانجو

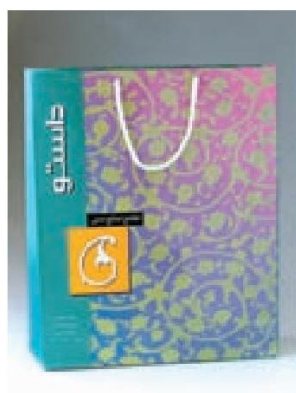
بسته بندی خود را با سایر محصولات رقیب مقایسه کرده اید؟ به یکی دو فروشگاه‌ای که قرار است کالای شما را بفروشند سر بزنید و ببینید محصول شما قرار است در کجا مستقر شود. کالاهای هم جوار آن هم رنگ و یکدستند؟ برای آن که کالای شما متمایز و متفاوت ظاهر شده و نگاه‌ها را به سوی خود بکشاند، چه ترفندی را باید پیاده کنید؟



این طراحی انعطاف پذیری لازم را دارد و می توان آن را برای بسته بندی کالاهای دیگری به کار گرفت؟ شاید در حال حاضر شما فقط یک مدل سس با یک طعم تولید می کنید اما ممکن است در آینده بخواهید کسب و کار خود را گسترش دهید و سس هایی با طعم های دیگر را به سبد محصولاتتان بیفزایید. باید بتوانید با چند تغییر ساده و کوچک برای این محصولات جدید هم یک بسته بندی مشابه نمونه قبلی طراحی کنید.

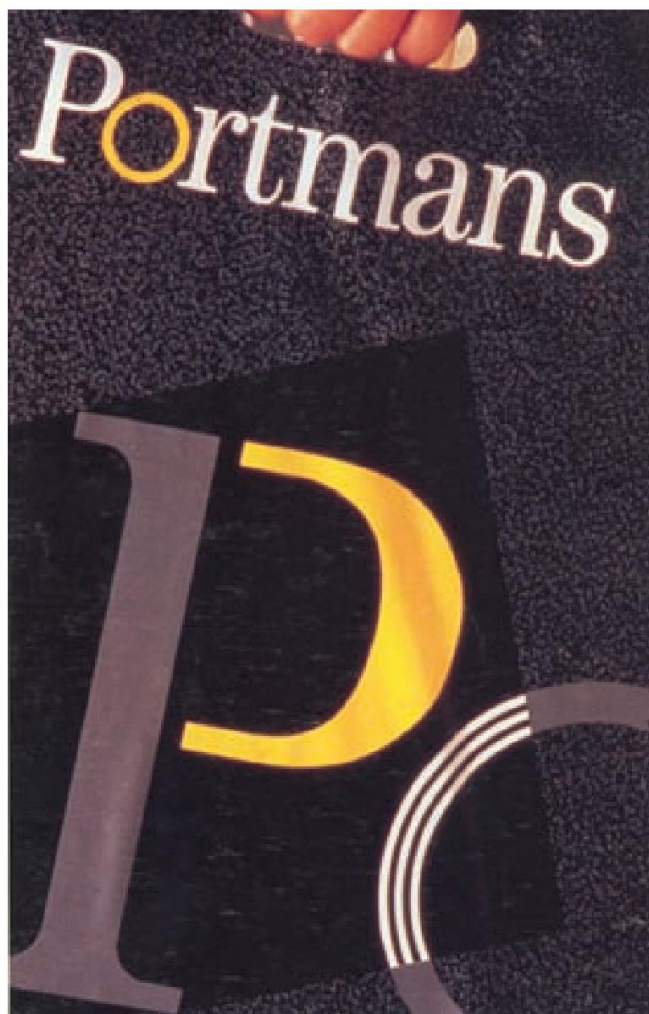


طراحی ساک خرید



طراحی ساک خرید و استفاده از تصویر در عطف ساک خرید (چند نمونه از طراحی ساک‌های خرید)

بسته بندی را می توان مجدداً مورد استفاده قرار داد؟ البته این مسئله برای تمامی کالاها حائز اهمیت نمی باشد اما شاید بخواهید راهی برای استفاده دوباره بسته بندی تان پیدا کنید. به عنوان مثال مصرف کنندگان می توانند به هنگام مراجعه به سوپرمارکت ها از ساک دستی کالای شما استفاده کرده و اقلام خریداری شده را درون آن بگذارند. این یعنی یک تبلیغ رایگان برای برند شما! اگر دستکش باغبانی می فروشید، می توانید بسته بندی خود را به گونه ای طراحی کنید که بتوان بار دیگر آن را در کارهای کشاورزی به کار بست. یک ایده زیرکانه و کاملاً کاربردی.



۶- بازخورد ها و نقطه نظرات دیگران را جویا شوید.

پیش از آن که تصمیم نهایی را گرفته و به مرحله اجرا در آورید، باید طراحی بسته بندی را به سهام داران و افرادی نشان دهید که هیچ گونه شناختی از برند شما و کالاهایتان نداشته باشند. حتی می توانید این طرح را به همسایه آن دست خیابان نشان داده و نظرش را جویا شوید، کسانی که هیچ سر رشته ای از محصول شما ندارند می توانند به نکاتی پی ببرند که شما هرگز توجهی به آن ها نداشته اید. پرسش های زیر را مطرح کنید:

- این کالا چه کاربردی دارد؟
- این کالا برای چه کسانی تولید شده است؟
- با نگاه کردن به این بسته بندی چه پیامی دریافت خواهید کرد؟

لفافه‌ها از انواع جنس‌های متفاوت



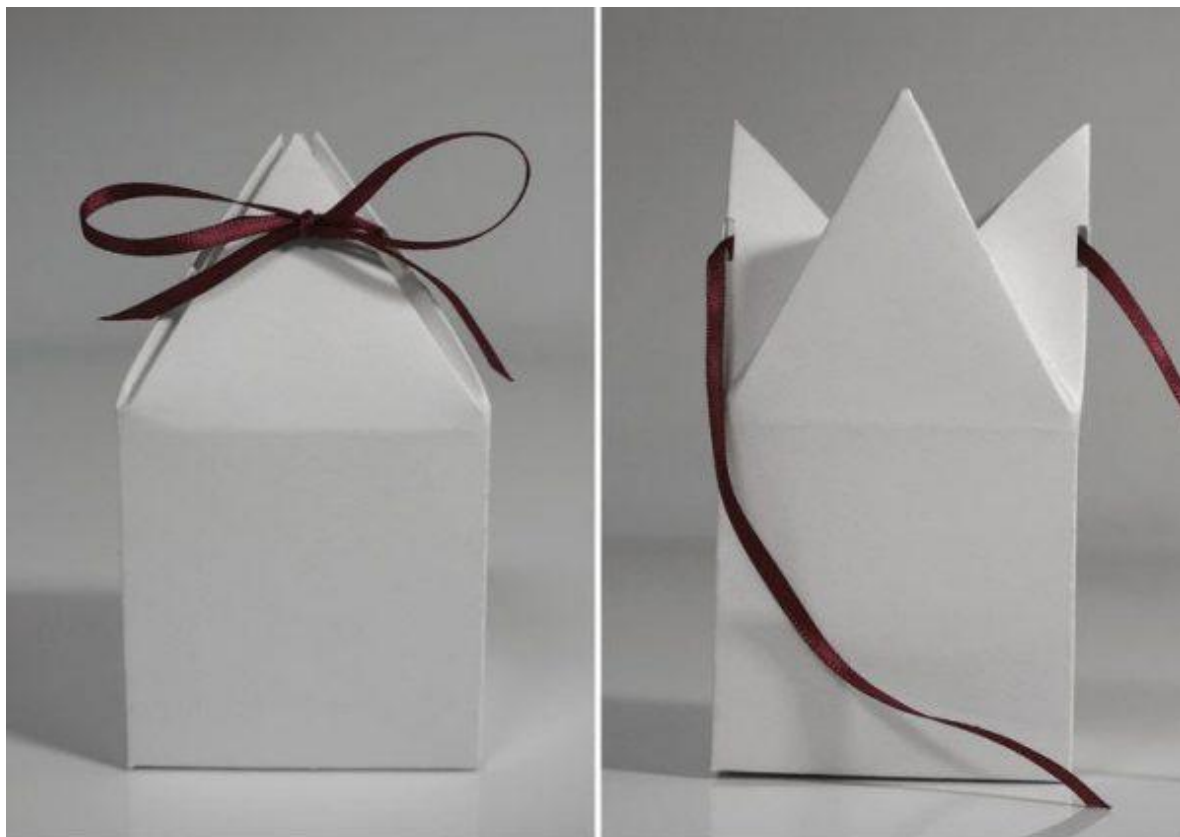
بر مبنای پاسخی که سایرین به این پرسش‌ها می‌دهند، می‌توانید قضاوت کنید که آیا توانسته‌اید ایده‌هایتان را بر روی بسته بندی پیاده کنید و به مخاطبین منتقل کنید؟ اگر در این راستا موفق نبوده‌اید، به سراغ طراحان بروید تا ببینید چه بخش‌هایی را می‌توان تغییر داد.

۷- فایل‌های درست و مناسب را تهیه کنید.

سرانجام توانستید طراحی بسته بندی خود را تصویب کرده و نهایی کنید، خوب مبارک باشد! حال باید به اطلاعاتی مراجعه کنید که از چاپگرها (چاپخانه) به دست آورده‌اید و اطمینان یابید فایل‌ها را به آن شکلی که می‌خواهند به دستشان برسانید. احتمالاً به این موارد احتیاج خواهید داشت:

فایل وکتور خط قالب (Dieline) این فایل می تواند در فرمت Ai، PDF یا EPS ارائه شود. برای هر نسخه بسته بندی باید یک فایل وکتور داشته باشید. (بنابراین اگر محصولات شما ۳ طعم متفاوت دارند باید ۳ فایل وکتور خط قالب به چاپگر تحویل دهید.)

کدهای رنگی: اگر چاپگر شما رنگ های مختص به خود را دارد، باید مدل های رنگی Pantone و CMYK را به آنها تحویل دهید تا همه چیز باب میل و سلیقه شما پیش رود.



PYRAMID TOP BOX

A variation of the Pyramid Box (previous page), this box provides a vertical presentation that is held together by a threaded satin ribbon that is then tied in to a bow. It's able to open and close with ease for fulfillment and unboxing.

