

نقش خلاقیت در کارآفرینی و فروش

بخش سوم: نقش خلاقیت در تولید ملی و فروش

مهندس علی زارعی کارشناس خلاقیت و کارآفرینی صدا و سیما
www.n-javan.com

در این قسمت نقش بسته بندی خلاقانه در فروش را بررسی خواهیم کرد و سعی می‌کنم مثال‌های عملی در این باره ارائه کنم. در دنیای امروز بسته بندی کالاها می‌تواند برای ما ارزش افزوده ایجاد کند. زیبایی، کیفیت و خلاقیت عواملی هستند که در بسته بندی کالاها مؤثر می‌باشند. جالب است بدانید در هتل‌های کشورهای اروپایی یک عدد خرما به قیمت یک کیلو خرما به فروش می‌رسد و این سودآوری فوق العاده فقط به علت بسته بندی جالب انجام می‌گیرد و محاسبه کنید چه سود زیادی نصیب شرکتی که خرما را از تولیدکننده ایرانی می‌خرد و در اروپا بسته بندی می‌کند، خواهد شد. این سود می‌تواند نصیب تولیدکنندگان نیز ایرانی شود در صورتی که اصول بسته بندی را رعایت کنند. به تصویر زیر دقت کنید: یک



طرح زیبا و خلاقانه از کشور ژاپن که مربوط به "نان سیاه با طعم لیمو" است. در این طراحی نان به جای موی سر شخصی که تصویرش بر روی بسته بندی قرار گرفته، گذاشته شده است و یا در تصویر صفحه بعد یک طرح زیبا برای جعبه نگهداری ظرف عسل. این طرح به شکل یک کندوی زنبور عسل طراحی شده و در کنار بسته فضای کوچکی مثل فضای ورودی کندوی زنبور عسل ایجاد شده است. در عین حال در پوش پارچه‌ای زیبایی نیز بر روی ظرف عسل قرار داده شده است.



سال چهارم
اسفند ۱۳۹۱
شماره ۲۸

زیبایی، کیفیت و خلاقیت عواملی هستند که در بسته بندی کالاها مؤثر می باشند

احساس می کند قیمت پایین کالا به علت کیفیت نامرغوب کالاست و بدین صورت هم میزان فروش پایین تر است و هم سودآوری کم تر می باشد. در مورد بسته بندی سی دی با یک فروشنده سی دی صحبت کردم، فروشنده می گفت سی دی های که در بسته بندی های شیک و بزرگ قرار دارند به راحتی و با قیمت ۳ تا ۴ برابر سی دی هایی که بسته بندی معمولی دارند، فروش می روند و مشتریان نیز احساس رضایت بیش تری دارند. بنابراین اگر می خواهیم کالاهای ما قدرت رقابت جهانی داشته باشند و اگر خواهان سودآوری بیش تری هستیم باید نگاه ویژه ای به بسته بندی محصولات مان داشته باشیم. تولید کنندگان هم توجه داشته باشند که فروش کالا به صورت فله ای مساوی است با "ضرر" و تولیدکننده ای که ماه ها زحمت می کشد تا کالای خود را آماده ارائه به بازار نماید، باید حتماً برای فروش از نظر مشاورینی جهت بسته بندی اصولی کالا استفاده کند تا سودآوری بهتری داشته باشد.

خوانندگان مجله می توانند آموزشهای کارآفرینی مهندس علی زارعی را هر هفته در برنامه های تفکر خلاق بخش پاتوق خلاق از رادیو گفتگو و برنامه راهکار رادیو ایران و آموزش های نخبه پروری را در برنامه مرزهای دانش رادیو گفتگو و برنامه موج دانش رادیو فارس بشنوند.



هفته قبل برای صرف ناهار با شخصی که بیش از ۳۰ سال در کشور آلمان زندگی می کرد به رستوران رفتم و ایشان نظر جالبی درباره بسته بندی ماست داشت. درب و کیومی ظرف ماست به زحمت باز شد و در ابتدا نصف درب پاره شد و سپس نصفه دیگر جدا شد و ایشان گفت تاکنون چنین چیزی در آلمان ندیده است و بلافاصله درب های و کیومی به صورت یکنواخت باز می شوند. ماست از نظر کیفیت خوب بود ولی بسته بندی ظریف نبود و همین موضوع قابلیت رقابت محصول را کاهش می داد.

در شرکت های بزرگ و موفق دنیا گاهی چندین تیم به صورت جداگانه ایده های بسته بندی کالاها را انجام می دهند، ولی در ایران کم تر به این موضوع اهمیت داده می شود. یک بار وقتی به سوپر مارکت های بزرگ برای خرید می روید به بسته بندی جنس های مشابه ایرانی و خارجی توجه کنید، مثلاً روغن زیتون یا پودرهای شوینده یا شکلات ها و ... را در نظر بگیرید و تفاوت بسته بندی و قیمت کالاها را هم ارزیابی نمایید. در بسیاری از موارد کالای ایرانی کیفیت بسیار خوبی دارد ولی قیمت اش نصف کالای مشابه خارجی است؛ زیرا بسته بندی مناسبی ندارد. حالا فرض کنید این کالاها در قفسه سوپرمارکت های بزرگ اروپایی در کنار یک دیگر قرار گیرند و خریدار