

عنوان مقاله:

بسته بندی صنایع دستی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی هنر، صنایع دستی و گردشگری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 4

نویسندگان:

تینا صبحی - دانشکده کمال الملک نوشهر

پرویز اقبالی - دانشگاه شاهد

خلاصه مقاله:

عصر کنونی را عصر ارتباطات نام نهاده اند بنابراین توسعه ارتباطات و وسایلاترباط جمعی نیز توانسته است تبادل اطلاعات و اطلاع سانی را در جهان به صورت گسترده ای جریان دهد همانطور که پیداست بسته بندی یکمحصول، اثرگذارترین بخش یک صنایع دستی به حساب می آید یکپایه وسایل ارتباط بصری، بسته بندی کالاها است که در رویت مصرفکنندگان می باشد هدف اصلی بسته بندی حفظ کالا می باشد یکمحصول علاوه بر جذاب بودن باید فواید استفاده از کالای مورد نظرا به مصرف کنندگان اطلاع دهد . برای جذب بیشتر مشتریویژگی هایی نظیر کیفیت خوب و بسته بندی خلاق کالا از اهمیت بهسزایی برخوردار است شما در بین کالاهای متعدد شاهد محصولاتیهستید که با تصویرهای بسیار در پی نمایش و معرفی آن کالا بدوناستفاده از برند با اطلاعات اند درباره فواید آن خود را به مشتریارایه می دهند در ارتباط با طراحی بسته بندی مینیمالیستی برایبرخی محصولات مانند لوازم آرایشی جذاب است اما شکست درشناساندن برند و محتوای یک محصول می تواند مصرف کننده را ازخرید آن بازدارد.سوال اصلی در این مقاله بسته بندی در توسعه صنایع دستی چهنقشی را ایفا می کند؟ بر پایه این نظریه با خلق منحصر به فرد برایبسته بندی محصولات مان گامی در پیشرفت و در نتیجه فروش بیشترمحصول نهادی بنابراین خلاقیت در بسته بندی با کیفیت بالا یکمحصول برای جذب مشتری بیشتر، بسیار حایز اهمیت می باشد ایننکته را نباید از یاد برد که بسته بندی یک محصول، نشانگر ماهیتیک کالا می باشد و همین نکته باعث متمایز کردن آن کالا با دیگرمحصولات دیگر در همان زمینه است.

کلمات کلیدی:

بسته بندی، عملکرد بسته بندی در صنایع دستی، برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/543513>

