سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
شناسایی ابعاد گرافیکی تاثیرگذار بسته بندی بر میزان بازاریابی و فروش

محل انتشار:
فصلنامه علوم و فنون بسته بندی, دوره 9, شماره 33 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:
مجتبی گیوی - *کارشناس مدیریت تبلیغات (گرایش تجاری) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، تهران، ایران*

خلاصه مقاله:
امروزه بدون صنعت بسته بندی، جهان پیرامون ما قابل تصور نیست. این هنر و صنعت که از دیر باز با بشر همراه بوده در یکی دو قرن اخیر، روز به روز تکامل پیدا کرده و بر اهمیت و کارایی هایش افزوده می شود. بدون دنیای رنگارنگ و جذاب بسته ها، نه تنها رشد و توسعه اقتصادی متوقف می شد، بلکه از وجود بسیاری کالاها بی بهره می ماندیم. ما به مدد بسته بندی، کالاها را حمل، نگهداری و حتی در مواردی مصرف می کنیم. بسته بندی ها ما را به سمت کالاها جذب می کنند. کارایی و گیرایی بسته ها، رابطه ای مستقیم و تنگاتنگ با میزان فروش محصولات دارد. نقش طراحی گرافیک، چاپ و بسته بندی موفق یک کالا در صادرات، در ورود به بازارهای جهانی و نیز افزایش کالاهای تولیدی و فروش کالا بسیار چشمگیر است. این در حالی است که صنایع داخلی ما از داشتن یک چنین تفکر موفقی تا حد زیاد بیگانه است. عوامل متعددی در جذابیت بسته بندی و تاثیر آن بر جلب توجه مشتریان موثر است. در این مطالعه به نقش طراحی و گرافیک بسته بندی از جمله رنگ، ساختار، تصاویر، ترکیب بندی، نوشتار و سایر متغیرهای مربوط در جذب مشتری و کمک به فروش کالا را مورد بررسی قرار می دهیم. همچنین به فرصت‌های پیش روی تولیدکنندگان در زمینه استفاده از بسته بندی جذاب، با ایجاد ارزش افزوده و جلوگیری از خام‌فروشی محصولات و نیز دستیابی به مزیت رقابتی با استفاده از فناوری های نوین در صنعت بسته بندی در بازارهای داخلی و خارجی پرداخته می شود.

کلمات کلیدی:
گرافیک, هنر طراحی, بسته بندی, بازاریابی, فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:
https://civilica.com/doc/912739