

# طراحی بسته بندی

## مقدمه

طراحی بسته بندی در دنیای امروز یکی از هیجان انگیزترین عرصه ها در بازار تولید و مصرف است که با مددگیری از صنایع و فنون مختلف مرزهای متعددی را گذرانده است. تمامی کوششهایی که صرف طراحی یک بسته می گردد و هنگامی به هدف خود دست می یابد که خریدار و مصرف کننده با رؤیت بسته مورد نظر ضمن کسب اطمینان از سلامت محتوی بسته، بدلیل قدرت و گیرایی طراحی بسته مورد نظر، مجذوب شده و آن را خریداری نموده و یا در بازارهای بدون رقابت با اطمینان به مصرف برسانند. هیچ طراحی نمی تواند قبل از کسب اطلاعات موثق طرح خود را به عموم ارایه نماید. زیرا هیچ گاه دو مشتری به یکدیگر شبیه نیستند. و هر فرد رفتار و انتظارات مختلفی از چیزی که خریداری می نماید دارد و علاوه برآن مشتریها نیاز خود را از چندین منبع تأمین می نمایند که بیانگر نحوه ارزیابی آنها از جنبه های مختلف کالاهایی است که خریداری می کنند. از قبیل کیفیت کالا، قیمت و ...

## بخش نظری پروژه:

تعیین عنوان پروژه:

طراحی استایل عطر زنانه و مردانه برای آلفارومئو

تعیین استراتژی و اهداف پروژه:

رسیدن به یک استایل مناسب برای ست عطر زنانه و مردانه آلفارومئو بصورتی کاملاً هماهنگ با شخصیت محصولات آلفارومئو و حفظ اصول بنیادین و کلاسیک آلفاهای قدیمی.

### 1- شناسایی مسئله

تعریف و تفسیر شکل و تعیین طبقه استفاده گر:

کمپانی آلفارومئو یک کمپانی با سابقه تولید بسیار زیاد نزدیک به یک قرن بوده و در طول این مدت محصولاتی شاخص در نوع خود تولید نموده است که با توجه به قدمت کمپانی، این مارک، یک مارک بسیار شناخته شده و قابل اطمینان در سطح بازارهای اروپا می باشد. و همواره شنیدن نام آلفارومئو احساس وجود یک کالای مدرن که همچنان به اصول اولیه طراحی خود پایدار می باشد را بوجود می آورد. به طور خلاصه محصولات آلفارومئو از نمونه های بارز طراحی پست مدرن می باشند و همواره در زیبایی مثال زدنی بوده اند. این مزیت به این کمپانی این اجازه را داده است که Range متنوعی از محصولات جانبی را در کنار اتومبیلهای خود تولید کند که از محبوبیت بالایی نیز برخوردارند. این محصولات، هم در کنار اتومبیلها و هم بصورت جداگانه در فروشگاههایی با نام بوتیک آلفارومئو به فروش می رسند.

در سالهای اخیر حرکتی آغاز شده است مبنی بر عرضه عطر و ادکلن از طرف شرکتهای اتومبیل سازی مشهور و تعبد. از جمله jagvar, Lamborghini. Ferrari با نگاهی کوتاه به این اسامی در می یابیم که نامهای فوق علاوه بر مزیتهای تکنولوژیکی دارای نوعی حس اومانیک و کلاسیک نیز می باشند. که، پتانسیل فروش عطر، بواسطه این نامها از نظر روانی را فراهم می آورد.

از طرفی طبق تحقیقات انجام شده، مشخص شد که جای خالی عطر و ادکلن در میان انواع متنوع محصولات جانبی آلفارومئو احساس می شود و با توجه به اینکه نام آلفارومئو نیز مانند دیگر نامهای قید شده. یک نام پرآوازه و در عین حال دارای نوعی حس کلاسیک و رومانیک می باشد لذا، شرایط لازم برای عرضه عطر و ادکلن از طرف آلفارومئو را فراهم می نماید. به همین دلیل هدف من در این پروژه، پر کردن جای خالی این محصول و این حلقه گم شده در میان این محصولات بوده و سعی در رفع این مشکل خواهیم داشت.

استفاده کنندگان از این محصول به دو دسته طبقه بندی می شوند.

دسته اول افرادی هستند که خود خریدار اتومبیل آلفارومئو می باشند و این ست به عنوان هدیه از طرف کمپانی به آنها داده خواهد شد.

دسته دوم افرادی هستند که صرفاً از روی علاقه شخصی به مارک آلفارومئو یا ادکلنهای لوکس اقدام به خریداری آن خواهند کرد.

## بررسی تحقیقات مشابه احتمالی (مکاتبات و مراجعه حضوری)

- 1- سقف هزینه ای که برای خرید عطر در نظر می گیرید چه مقدار است؟  
در مصاحبه های انجام شده با افراد اکثراً در جواب سؤال بالا حاضر به اختصاص  $\frac{1}{6}$  تا  $\frac{1}{5}$  از درآمد ماهیانه خود را برای خرید عطر هستند که البته این پرسش توسط افرادی از قشر متوسط جامعه جواب داده شده است.
- 2- خرید بعدی عطر شما به چه علت می باشد؟  
دلایل متفاوتی در مصاحبه با افراد ذکر شده ولی عمده ترین آن ابتدا تمام شدن عطر و بعد از آن تنوع طلبی استفاده گر بوده است.
- 3- به لحاظ روحی هزینه عطر تا چه اندازه به روی دیدگاه شما بر روی کیفیت محصول تأثیر دارد؟  
از نظر افراد پاسخ دهنده قیمت عطر می تواند تا حدی که معقول باشد بروی نظر آنها بروی عطر تأثیر گذارد ولی از این افراد تعدادی نیز اشاره کرده اند که هیچ تأثیری ندارد.
- 4- نسبت حجم عطر با قیمت عطر تا چه اندازه اهمیت دارد؟  
برای اکثری قریب به اتفاق مصاحبه شوندگان با اهمیت بوده است.
- 5- آیا شما از مد برای استفاده عطر استفاده می کنید؟  
اکثراً جواب خیر داده اند ولی عده ای نیز معتقدند مد تا حدودی در انتخاب آنها مؤثر است.
- 6- تا چه حد تعصب روی مارک عطری که استفاده می کنید دارید؟

تمام سؤال شوندگان تعصب خاصی بروی مارک عطر خود ندارد ولی چند تن از آنان وابستگی احساسی نسبت به عطر خود داشته و از نظر احساس، احساس خاصی نسبت به عطر خود داشته اند.

7- چه اطلاعاتی از عطرها و کمپانی های مربوط به آن دارید؟

اکثراً مصاحبه شوندگان اطلاعات چندانی ندارند فقط در مورد عطرهاى مورد استفاده خود اطلاعات کم دارند در حد دانستن نام آنها و کشور تولید کننده

8- با کمپانی های خودروسازی که عطرهاى مربوط به کمپانی خود را تولید می کنند

آشنایی دارید؟ در صورت آشنایی چند نمونه را نام ببرید؟

از مصاحبه شوندگان به طور کلی با کمپانیهای خودروسازی کمی آشنا هستند ولی تعداد زیادی از آنها ferarri را می شناسند و از آن نام می برند.

9- آیا حاضر به خرید عطرهاى جدیدی که وارد بازار می شوند با نام جدید هستید؟

نتیجه جواب بله است.

10- نام عطر مورد علاقه خود را ذکر کنید و مشخصاتی که برای شما دارای اهمیت است

را ذکر کنید؟

نتیجه این سؤال جوابهای بسیار پراکنده ای است که نشان دهنده علایق و دیدگاههای

بسیار متناوب استفاده گران عطر است.

11- مکانیزم استفاده از عطر تا چه حد برای شما جذابیت دارد؟

اکثراً در حد متوسط و یا کم مکانیزم استفاده از عطر برایشان جالب است.

12- شیشه و بسته بندی عطر خود را پس از استفاده چه می کنید؟

مصاحبه شوندگان بر سر این موضوع که اگر شیشه جذاب باشند آنرا دور نمی اندازند و نگه می دارند توافق دارند.

13- آیا علاقه مند هستید بعد از استفاده مقداری از عطر درون شیشه باقی بماند؟  
نظرات متفاوت است ولی تمام افراد بسته به نوع شیشه عطر اگر شیشه مناسب باشد و بخواهند آنرا نگه دارند ترجیح می دهند چنین باشد.

14- آیا دوست دارید شیشه عطر چیز خاصی باشد؟  
جواب این سؤال در بسیاری موارد بله و در بعضی موارد فرقی نمی کند بوده است.

15- تا چه حد عطرها پاسخگوی نیازهای حسی شما هستند؟  
اکثر سؤال شوندگان در این زمینه راضی هستند.





# ProjectCenter

www.ProjectCenter.ir

📷 | @projehcenter

📍 | @projehcenter\_ir