## Bạn biết gì về thiết kế bao bì?

**Thiết kế bao bì - “Packaging design” là sự kết hợp giữa nguyên liệu, cấu trúc, cách trình bày, hình ảnh, màu sắc và những thành phần khác tạo ra sự thu hút thị giác cho mục đích truyền thông mục tiêu và chiến lược marketing của một thương hiệu hay sản phẩm.**  
  
  
  
Vai trò của bao bì ngày càng trở nên quan trọng hơn trong việc xây dựng một thương hiệu mạnh và nhất quán. Bao bì không chỉ có tác dụng bảo vệ, mô tả và giới thiệu sản phẩm mà nó còn chứa đựng rất nhiều nhân tố tác động đến khách hàng và việc quyết định lựa chon mua hàng của họ. Để luôn là lựa chọn số một của khách hàng trước những đối thủ cạnh tranh thì đâu là yếu tố chính trong việc xây dựng những yếu tố thành công trong việc thiết kế bao bì?  
  
Dựa trên cơ sở những nhân tố tác động đến khách hàng khi lựa chọn và so sánh những sản phẩm cùng loại chúng ta hãy tham khảo 8 yếu tố cơ bản trong việc lựa chọn thiết kế một bao bì đẹp, đó là:  
  
**Sự phối hợp nhất quán**  
  
Đây là tiêu chuẩn cốt lõi của một bao bì thành công. Sự phối hợp nhất quán là phải thể hiện được một phong cách riêng của thương hiệu sản phẩm. Màu sắc, bố cục, phông nền là những yếu tố giúp cho việc nhận dạng hình ảnh thương hiệu nhanh hơn nhiều lần, và giúp cho khách hàng có thể nhớ được những đặc tính riêng của sản phẩm đó, mặc dù họ có thể mua hàng ở nhiều cửa hàng khác nhau. Một sản phẩm có thể thay đổi màu sắc bao bì theo từng giai đoạn để tạo sự hấp dẫn, nhưng nó phải tuân theo nguyên tắc nhất quán trong việc nhận diện thương hiệu sản phẩm đó.  
  
**Sự ấn tượng**  
  
Khi tặng quà cho một ai đó thì việc gói quà đã thể hiện sự tôn trọng đối với người nhận. Một món quà được gói đẹp và chăm chút trước hết đã gây được một ấn tượng ban đầu tốt đẹp đối với người nhận, cho dù chưa biết món quà bên trong như thế nào. Bao bì của sản phẩm cũng vậy, cách thiết kế và đóng gói bao bì cũng đã thể hiện được một phần của sản phẩm bên trong bao bì. Tính ấn tượng còn đặc biệt có ý nghĩa với những bao bì cao cấp dành cho những sản phẩm sang trọng. Việc thiết kế bao bì cho những mặt hàng đắt giá đòi hỏi phải có sự chọn lựa kĩ từ chất liệu cho đến màu sắc thiết kế., thông qua đó thể hiện được “đẳng cấp” của người mua.  
  
**Sự nổi bật**  
  
Trên một kệ trưng bày không chỉ có sản phẩm của chúng ta mà còn có thể có các sản phẩm khác cùng loại của đối thủ cạnh tranh. Vì vậy sự nổi bật là một yếu tố rất quan trọng để tạo ra sự khác biệt. Nhà thiết kế phải hiểu rằng sản phẩm sẽ được người tiêu dùng so sánh, nhận định với hàng loạt những sản phẩm khác với rất nhiều phong cách và màu sắc đa dạng. Và để có thể cạnh tranh được, nhà thiết kế phải làm cách nào để sản phẩm của mình sẽ là điểm nhấn giữa một loạt sản phẩm khác. Muốn làm được điều này đòi hỏi nhà sản xuất đã phải nghiên cứu kĩ thị trường từ bước định vị sản phẩm đầu tiên đến việc xây dựng một hệ thống nhận diện thương hiệu hiệu quả. Khả năng sáng tạo cao cũng sẽ giúp việc thiết kế bao bì tránh được những lối mòn quen thuộc đến nhàm chán của các bao bì ngoài thị trường.  
  
**Sự hấp dẫn**  
  
Trong một số ngành hàng, đặc biệt trong ngành mỹ phẩm, bao bì phải thể hiện được sự hấp dẫn, lôi cuốn, gây thiện cảm và nhấn mạnh các đặc tính của sản phẩm. Bao bì trong những ngành này có thể được xem như một phần của sản phẩm tạo ra những giá trị cộng thêm cho khách hàng. Sản phẩm được thiết kế dành cho nam giới bao bì phải thể hiện được sự nam tính , khác hẳn với sản phẩm dành cho nữ giới với những đường nét mềm mại quyến rũ.  
  
**Sự đa dụng**  
  
Bao bì thông thường người ta chỉ nghĩ đến việc đựng sản phẩm và sử dụng xong rồi bỏ, rất lãng phí. Vì vậy trong cuộc cạnh tranh ngày nay người ta thường tìm cách thêm giá trị sử dụng cho bao bì. Những chi tiết tưởng chừng nhỏ nhặt đôi khi sẽ là một lợi thế cạnh tranh lớn của sản phẩm so với các đối thủ khác.  
  
Bao bì sữa tắm ngày nay thường có thêm móc để treo trong phòng tắm thuận tiện , hình dáng thon để cầm nắm được dễ dàng. Nắp đậy của của những chai Comfort làm mềm vải có thêm chức năng làm mức đo lượng sử dụng. Hộp bánh kẹo bằng thiếc rất sang trọng và khi dùng hết có thể sử dụng làm hộp đựng linh tinh.Tất cả những điều này giúp cho sản phẩm trở nên thông dụng và phù hợp hơn trong đời sống hàng ngày của người tiêu dùng.  
  
**Chức năng bảo vệ**  
  
Đã là bao bì thì luôn phải có chức năng bảo vệ sản phẩm bên trong. Tuy nhiên không thiếu những bao bì đã không xem trọng chức năng này. Bao bì phải được thiết kế làm sao bảo vệ được sản phẩm bên trong một cách an toàn nhất. Người ta ưa thích dùng bao bì kín hoặc hút chân không để giúp cho sản phẩm để được lâu hơn. Bao bì dành cho thực phẩm và đồ uống phải đáp ứng được những tiêu chuẩn bắt buộc trong việc bảo đảm chất lượng sản phẩm.  
  
**Sự hoàn chỉnh**  
  
Yếu tố này giúp cho việc thiết kể kiểu dáng bao bì phù hợp với sản phẩm bên trong của nó và điều kiện sử dụng sản phẩm đó. Bao bì phải thích hợp với việc treo hoặc trưng bày trên kệ bán hàng, có thể dễ dàng để trong hộp carton. Bao bì dành cho thức ăn phải để được vào tủ lạnh vừa vặn và không tốn không gian.. Bút viết dành cho trẻ em phải khác với bút viết dành cho nguời lớn. Bút để kẹp trên áo khác với bút cất trong cặp. Rất nhiều yếu tố mà khách hàng quan tâm cần phải được nhà thiết kế xem xét một cách tỉ mỉ để tạo cho bao bì một sự hoàn thiện tránh mọi khuyết điểm không đáng có. Sẽ có sự lựa chọn nên nhấn mạnh điểm nào giữa sự tiện lợi, sự nổi bật hay sự đa dụng để tạo ra sự hoàn chỉnh cho sản phẩm.  
  
**Sự cảm nhận qua các giác quan**  
  
Một bao bì tốt phải thu hút được sự cảm nhận tốt của người tiêu dùng về sản phẩm thông qua việc nhìn ngắm, săm soi và sờ mó vào sản phẩm. Chúng ta thường ít chú ý đến xúc giác của người tiêu dùng mà thường chỉ nhấn mạnh vào yếu tố bắt mắt. Nhưng xúc giác lại có vai trò quan trọng trong việc cảm nhận về kích cỡ, kết cấu sản phẩm, chất liệu bao bì và từ đó ảnh hưởng đến việc nhận xét chất lượng sản phẩm.  
  
Chúng ta không thể bỏ qua một yếu tố nào trong những yếu tố trên vì nó sẽ làm mất đi một lợi thế không nhỏ so với đối thủ cạnh tranh. Việc áp dụng những yếu tố này còn đỏi hỏi phải tìm hiểu kĩ nhu cầu và đối tượng khách hàng hướng đến. Xác định được đâu là nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng đối một sản phẩm và đối với bao bì sản phẩm sẽ giúp cho việc định hướng và thiết kế được nhanh hơn và hiệu quả hơn