

ปรับบรรจุภัณฑ์แบบเดิม ๆ จาก กล่องให้เป็นกระป๋องกระดาษเพิ่ม มูลค่าให้กับสินค้า



Photo Credit : [freepik.com](https://www.freepik.com)

รู้หรือไม่ว่าแพ็คเกจจิ้งเองก็มีช่วงอายุการใช้งาน หมายความว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งหนึ่ง ไม่ได้แปลว่าออกแบบมาขายเพียงครั้งเดียวแล้วจบกันไปเลย เพราะสินค้า มีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) 4 ช่วง ดังนี้

ช่วงแนะนำ

เป็นช่วงเปิดตัวสินค้า ยอดขายอาจต่ำ อาจมีหรือไม่มีคู่แข่งในท้องตลาดก็ได้

ช่วงเติบโต

เริ่มเป็นที่รู้จักในตลาด สินค้าได้รับการยอมรับและยอดขายเติบโตขึ้น

ช่วงอิ่มตัว ช่วงนี้ยอดขายจะเริ่มนิ่ง และอาจมีคู่แข่งเข้ามาแชร์ส่วนแบ่งทางการตลาด

ช่วงลดลง

ยอดขายลดลง ถ้าไม่มีการพัฒนา ปรับปรุง รักษาคุณภาพให้ดี หรือแตกไลน์สินค้าใหม่ ก็อาจเข้าสู่ภาวะขาดทุนได้

แล้วช่วงไหนหรือเหตุผลอะไรที่เราควรปรับเปลี่ยนแพ็คเกจจิ้ง มาดูเคล็ดลับในการปรับแพ็คเกจจิ้งเพื่อไม่ให้เราต้องสูญเสียยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดกันดีกว่า

เจาะตลาดใหม่

หากยอดขายสินค้าเริ่มมีการอิ่มตัว เช่น แบรินด์ขนมท้องถิ่นแบรนด์หนึ่ง ขายสินค้าอยู่ในจังหวัด จนยอดขายอิ่มตัวและเริ่มมีคู่แข่งเข้ามา ก็อาจจะสร้างบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาใหม่เพื่อส่งไปขายในกรุงเทพฯ วางขายตามห้าง หรือสร้างบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาใหม่เพื่อเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมาย จากเดิมขายคนในพื้นที่เพื่อรับประทานโดยตรง ก็ปรับบรรจุภัณฑ์สวยงาม เพื่อเน้นกลุ่มลูกค้าต่างๆเพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่

ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่

ยกตัวอย่างง่าย ๆ เช่น ชาแบรนด์หนึ่ง ต้องการสร้าง value added ซึ่งใช้บรรจุภัณฑ์จากการใช้กล่องกระดาษธรรมดาโดยเปลี่ยนไปใช้กระป๋องกระดาษแทน ทำให้กระป๋องชาเป็นสินค้าเกรดพรีเมียมขึ้นมาทันที และสามารถปรับราคาให้สูงขึ้นด้วย

เราไม่ปฏิเสธว่าลูกค้าที่มีความซื่อสัตย์ต่อผลิตภัณฑ์นั้นเกิดขึ้นจากคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก แต่ทว่า เมื่อนานไปคู่แข่งที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันก็มีมากขึ้น และเริ่มเข้ามาช่วงชิงกำไรจากกระเป๋าของคุณไป กลยุทธ์ที่จะดึงเงินจากคู่แข่งกลับมาจึงต้องทำอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะลูกค้าทุกวันนี้ไม่ได้เลือกซื้อที่คุณภาพของสินค้าเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าจะยอมควักเงินในกระเป๋าออกมาเพื่อสินค้าของคุณหรือไม่ อาจขึ้นอยู่กับโปรโมชั่นลดแลกแจกแถม การให้ทดลองฟรีในช่วงระยะเวลาหนึ่ง แม้ว่าคุณภาพของสินค้าของคุณจะมีความสมบูรณ์แบบมากแค่ไหน แต่หากบรรจุภัณฑ์ไม่มีความน่าสนใจ ไม่เข้ากับผลิตภัณฑ์ก็ยากที่จะทำให้อยอดขายเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะ packaging ในรูปทรงที่แปลกตาออกไปอย่างเช่น กระป๋องกระดาษ กระป๋องกระดาษพิมพ์ลาย ฤกษ์กระดาษแบบมีสไตล์ เป็นต้น

กระป๋องกระดาษพิมพ์ลายเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ทั้งการผลิตและใช้ศิลปะในการทำให้สินค้าไม่ซ้ำซาก อีกทั้งยังทำให้เกิดความสะดวกสบาย มีประโยชน์แก่การใช้สอย กระป๋องกระดาษพิมพ์ลายยังเป็นตัวกระตุ้นการซื้อจากลูกค้าได้ดี เพราะสื่อสารถึงคุณภาพสินค้า ภาพพจน์ของสินค้า และข้อมูลของสินค้า ในทาง marketing ยังเป็นสิ่งที่เข้ามาเติมเต็มเติมการจดจำหน่ายด้วยเหตุผลที่ว่ากระป๋องกระดาษพิมพ์ลายเป็นการสร้างให้สินค้าเดิม ๆ ของคุณให้ดูพรีเมียมและมีระดับมากขึ้น เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ลงทุนน้อยแต่ได้ความคุ้มค่า

บอกได้เลยว่า สิ่งหนึ่งที่นอกเหนือไปจากคุณภาพสินค้าเองแล้ว บรรจุภัณฑ์หรือ packaging เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีผลต่อลูกค้า และเมื่อคุณภาพมาพร้อมกับศิลปะลูกค้าก็จะยังอยู่กับสินค้าของคุณไปอีกนาน.../*



Cr. Boxpack