

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۳۵۹

تولید جعبه های شفاف بسته بندی

گل های زینتی

۱۳۹۰

تولید جعبه های شفاف بسته بندی گل های زینتی / تدوین و تنظیم سازمان همیاری
اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

۴۵ ص. مصور(رنگی)؛ جدول

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۳۵۹

۱۵۰۰۰ ریال: ۹-۱۱۵-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

کتابنامه

فیبا

کسب و کار خانگی - ایران - مشاغل - دستنامه ها - جعبه سازی

سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ ت/۶۲/۳۸ HD

۲۴۶۷۱۹۴

۶۵۸/۷۸۲



عنوان کتاب: تولید جعبه های شفاف بسته بندی گل های زینتی
تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لینوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۹-۱۱۵-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Lssi.ir

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از مؤسسه کار و تأمین اجتماعی می باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱
مقدمه	۵
توصیف خدمات	۶
فرآیند تولید و ارائه خدمت	۱۰
امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۱۸
نیروی انسانی مورد نیاز	۲۰
سرمایه مورد نیاز	۲۲
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز	۲۴
وضعیت بازار تولیدات	۲۴
شیوه بازاریابی و معرفی محصولات	۲۶
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها	۴۱
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغل	۴۲
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند	۴۴
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل	۴۴
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز	۴۵

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغه‌ی کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راهها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگی‌های کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت

منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند.

امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

امروزه تمایل برای دادن هدایا در مناسبت‌ها به سمت کالاهای تزئینی گرایش بیشتری پیدا کرده است و این نوع محصولات بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی گل‌های زینتی، کسب و کاری ساده، جذاب و خلاقانه‌ای است که با ابزارهای بسیار کم می‌توانید آن را در خانه راه‌اندازی کنید و برای خود درآمد ایجاد نمایید. اگر فردی خلاق و خوش ذوق هستید و به تزئینات علاقمند هستید کسب و کار تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی می‌تواند برای شما جذاب باشد.



توصیف خدمات

حرفه تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی گل‌های زینتی زیر شاخه‌ای از صنعت بسته‌بندی در رشته طراحی صنعتی است چرا که تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی نیاز به طراحی بسته‌هایی مناسب جهت نگهداری و تزئین گل‌های زینتی دارد. این صنعت جزء صنایع نوین است که جهت برآورده کردن نیازهای نگهداری و تزئین گل‌های زینتی بوجود آمده است.



طراحی بسته‌بندی از جمله مهمترین بخش بسته‌بندی می‌باشد. طراحی زیبای بسته‌بندی است که مشتری را ترغیب به خرید می‌کند. خلاقیت در بسته‌بندی در دنیای امروزی نقش بسیار مهم و اساسی بازی می‌کند. اگر

کارتان به اندازه کافی خوب باشد ولی حرف جدیدی در امر طراحی برای گفتن نداشته باشید کم کم به دست فراموشی سپرده خواهید شد. این کار می‌تواند یک موقعیت خوب برای کارآفرینی در منزل باشد تا بتواند منبع درآمدی برای شما باشد.



مزایای استفاده از جعبه‌های شفاف جهت بسته‌بندی گل‌های تزئینی

- ماندگاری و طول عمر بیشتر گل‌ها
- تزیینات متفاوت و زیبا
- حمل و نقل آسان
- ایجاد رغبت در خرید توسط مشتریان

- تنوع بسیار در فرم و سائز
- طراحی متفاوت جهت انواع گل‌ها



حرفه طراحی با خلاقیت و نوآوری عجین است چرا که طرح‌هایی که فاقد خلاقیت باشند جذابیتی برای بینندگان نخواهند داشت و تمایلی به خرید را در مشتریان ایجاد نخواهد کرد. اگر قصد دارید کار طراحی را آغاز کنید سعی کنید تمام ذوق و هنر خود در امر گرافیک و طراحی را بکار بندید. برای خلاقیت تعاریف بسیاری ارائه شده است از جمله:

✦ خلاقیت یعنی نگاهی متفاوت به پدیده‌هایی که دیگر مردم به آن

می‌نگرند.

✦ خلاقیت یعنی فرایند تغییر، توسعه و تکامل در سازمان‌بندی حیات ذهنی.

✦ خلاقیت یعنی رهایی از عادت‌های ذهنی.

✦ خلاقیت = تازگی + ارزش

برای پرورش خلاقیت خود باید از تکنیک‌های پرورش خلاقیت استفاده

نمایید و با تمرینات ذهنی، تفکر خلاق خود را بارور سازید.



فرایند تولید و ارائه خدمت

برای شروع چنین کاری نیاز دارید ابتدا لیستی از سوپر گل‌ها که تمایل به همکاری با شما دارند را تهیه کنید. سپس طرح‌های خود را به آنان ارائه داده و آنان را متقاعد نمایید که در صورت عرضه گل‌ها در بسته‌بندی‌های زیبا، فروششان چندین برابر خواهد شد. چرا که بسیاری از فروشندگان گل برای تزئین گل از کاغذهای کادو و رنگی، تور و روبان استفاده می‌کنند و استفاده از جعبه‌های شفاف بسته‌بندی می‌تواند نوآوری خلاقانه‌ای در این صنعت باشد.

به عنوان یک طراح، لیستی از موسساتی که می‌توانید با آنها همکاری کنید تهیه کنید و تحقیقی کلی درباره عملکرد و نیازهای آنها به عمل آورید. سپس وقت ملاقات از آنها بگیرید و گفتگو و مذاکره کنید. برای گفتگو و مذاکره باید مجموعه‌ای از طراحی‌های خود را همراه داشته باشید و طرح‌های شما به اندازه کافی خوب باشد تا مورد تأیید قرار گیرد.

فعالیت تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی گل‌های زینتی را می‌توانید برای گل‌های طبیعی و مصنوعی انجام دهید و بطور کلی و جزئی ارائه نمایید. کسب و کارهای طرف کار با شما می‌تواند شامل گروه‌های زیر باشد:

🌸 گلخانه‌ها و تولیدکنندگان گل‌های طبیعی

🌸 فروشگاه‌های گل طبیعی

✦ تولیدکنندگان گل‌های مصنوعی

✦ برگزارکنندگان مراسم

وقتی قراردادی با شرکت یا کارخانه‌ای می‌بندید در مدت قرارداد شما مسوول ارائه طرح‌ها براساس درخواست طرف قرارداد هستید.



طراحی

طرح‌های جعبه‌ها باید دارای قابلیت‌های زیر باشد:

* باز و بسته شدن آسان

* مشخص بودن خطوط برش و خطوط تا کردن

* مشخص بودن محل دوخت

در طراحی می‌توانید از انواع اشکال هندسی مانند دایره، مکعب، استوانه و از طرح ساک، سبد و قلب استفاده نمایید و یا از طرح خود گل‌ها در طراحی جعبه‌ها ایده بگیرید.

فرایند طراحی

برای طراحی می‌توانید بطور دستی و با استفاده از مداد و خط کش و پیستوله فرایند طراحی را انجام دهید و یا از نرم‌افزارهای طراحی استفاده نمایید.

همینطور می‌توانید از نرم‌افزارهای حاوی طرح‌های آماده استفاده نمایید.



فرایند تولید

پس از طراحی، مرحله تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی گل‌های زینتی

فرا می‌رسد.

۱. مرحله برش

- برش دستی
- صنعتی

۲. مرحله تا کردن

- تا کردن بوسیله دست
- تا کردن بوسیله ماشین

۳. مرحله دوخت یا چسباندن

- دستی
- صنعتی

تولید دستی

در صورتی که حجم تولید پایین باشد و به طور سفارشی به تعداد اندک صورت گیرد، می‌توانید مراحل برش، تا کردن و چسباندن را به طور دستی انجام دهید. برای اینکار باید پس از پیاده‌سازی طرح با استفاده از ابزار مناسب (بطور مثال کاتر و خط کش)، مرحله برش را انجام داده و سپس محل تا کردن را علامت گذاری کرده و پس از آن برای اتصال قطعات از دوخت، چسب و... استفاده نمایید.



تولید صنعتی

تولید صنعتی با استفاده از تجهیزات و ماشین‌آلات مخصوص، کاترهای صنعتی و لیزر انجام می‌شود. در صورتی که حجم تولید بالا باشد باید به روش صنعتی، فرایند تولید را انجام دهید.



در حال حاضر ماشین‌آلات بسته‌بندی بسیار پیشرفته‌ای در بازار وجود دارد که فرایند برش و تا کردن و چسباندن را بدون دخالت انسان انجام می‌دهد.

برای تولید جعبه‌های شفاف از ورق‌های پلکس گلاس، پلاستیک، طلق و... استفاده می‌شود.



در طراحی و تولید جعبه‌های بسته‌بندی گل‌های زینتی باید نکات زیر را رعایت نمایید.

✦ طرح‌هایی متناسب با گل مورد نظر انتخاب نمایید.

✦ تناسب سایز جعبه و گل‌های درون آن را رعایت نمایید.

✦ استحکام جعبه‌ها اهمیت بسیاری دارد.

✦ از مواد مناسبی استفاده نمایید.

✦ جعبه‌ها باید قابلیت استفاده آسان را دارا باشند.

✦ قابلیت حمل و نقل داشته باشند.



تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی گل‌های زینتی ✦ ۱۷

✓ نمونه‌هایی از طرح‌های خلاقانه



امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۶ متری می‌باشد.

برای راه‌اندازی این کسب و کار به امکانات و تجهیزاتی نیاز دارید.

- در صورتی که بطور دستی طراحی و تولید نمایید: مقوا و کاغذ، مداد، ابزار برش، چسب

- در صورتی که بخواهید از نرم‌افزارهای طراحی استفاده کنید: یک دستگاه کامپیوتر - یک دستگاه پرینتر رنگی - نرم‌افزار طراحی ضروریست و دسترسی به اینترنت در پیشرفت کار شما بسیار موثر خواهد بود.



ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۷۰۰۰۰۰
۲	پرینتر رنگی	۲۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰
۶	اسکندر	۱۵۰۰۰۰
۷	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
۸	نرم‌افزار طراحی	۱۰۰۰۰۰۰
۹	وسایل کار (قیچی، خط کش ...)	۵۰۰۰۰۰
۱۰	وسایل طراحی (مداد، قلم مو، رنگ، کاغذ و...)	۱۰۰۰۰۰۰
مجموع		۱۹,۵۰۰,۰۰۰

در صورتی که بخواهید به طور صنعتی این کار را شروع کنید به کارگاه و

تجهیزات و ماشین‌آلات برش و تا کردن نیاز دارید.

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی گل‌های زینتی کسب و کاری است که می‌توانید آن را به خانگی انجام دهید و یک نفر با تسلط بر اصول طراحی با بکارگیری ذوق و سلیقه و استفاده از خلاقیت و نوآوری به راحتی از عهده آن بر می‌آید. در مرحله تولید با بکارگیری اعضای خانواده به طور نیمه وقت می‌توان عملیات تولید دستی را انجام داد. اما در صورتی که بخواهید این کسب و کار را فراتر از یک کسب و کار خانگی و به طور صنعتی انجام دهید نیاز به تعدادی همکار برای تولید هم چنین ماشین آلات مخصوص این کار خواهید داشت.

شبکه همکاران

در فعالیت تولید جعبه‌های شفاف بسته‌بندی گل‌های زینتی شما نیاز به یک شبکه از همکاران دارید و باید با مشاغل مختلف همکاری نمایید:

- تولیدکنندگان مواد مورد نیاز کسب و کار شما
- پیک موتوری
- برشکاران لیزری و صنعتی



شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی هستند که به طور مستقل در حال فعالیت هستند و برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل بر اساس توافق فی‌مابین، فعالیتی را در ارتباط با خدمات موسسه انجام می‌دهند و هزینه خدمات خود را دریافت می‌کنند. در صورتی که بتوانید کارتان را گسترش دهید می‌توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید.

سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. شما می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی و یا از طریق اخذ وام و تسهیلات تأمین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۹۵۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۱۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۱۰۰۰۰۰۰	هزینه خرید مواد اولیه	
۴۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۹۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۱۰۴،۵۰۰،۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی www.Issi.ir مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از حالت نقدی به صورت غیرنقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموع هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات به صورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید. مثلاً اگر خودتان سایتتان را طراحی کنید و یا از وبلاگ‌های رایگان استفاده کنید هزینه شما کاهش می‌یابد. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
بیشرفته	متوسط	مقدماتی		
	*		ICDL	مهارت‌های عمومی
*			طراحی و گرافیک	مهارت‌های تخصصی
*			کار با کاغذ و لوازم تزئینی	
	*		رنگ‌شناسی و زیبایی‌شناسی	مهارت‌های ویژه
	*		طراحی صنعتی	
*			بازاریابی و جذب مشتری	
خودانگیخته، سخت کوش و بردبار و دارای خلاقیت و نوآوری				ویژگی‌های فردی
اگر چه دانش‌آموختگان رشته‌های طراحی صنعتی و گرافیک شرایط بهتری دارند ولی کسانی که دارای خلاقیت و ذوق هنری می‌باشند به راحتی می‌توانند در این کسب و کار فعالیت کنند.				تحصیلات

وضعیت بازار تولیدات

در حال حاضر بسیاری از فروشندگان گل برای تزئین گل از کاغذهای کادو و رنگی، تور و روبان استفاده می‌کنند و استفاده از جعبه‌های شفاف بسته‌بندی می‌تواند نوآوری خلاقانه‌ای در این صنعت باشد.

بسته‌بندی گل‌های زینتی مثل هر کسب و کار دیگری برای موفقیت نیاز به شناخت دقیق بازار دارد. برای شناخت بازار باید بدانید که:

سوالات کلیدی تحقیقات بازار
- چه کسانی خریدار احتمالی محصولات شما هستند؟
- این افراد یا موسسات چرا محصولات شما را خریداری خواهند کرد؟ (مزیت محصول شما چیست؟)
- مشتریان احتمالی چه تعداد هستند؟ چه شباهتها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟
- چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبا کیستند؟)
- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

برای پاسخ به سوالات فوق باید تحقیقات بازار انجام دهید. برای جمع‌آوری اطلاعات بازار می‌توان با افرادی که قبلاً این کار را انجام داده‌اند گفتگو کنید. با تعدادی از گل‌فروشی‌ها مصاحبه کنید و وضعیت آنها را بررسی کنید. از مشتریان احتمالی نظرسنجی کنید.



شیوه بازاریابی و معرفی محصولات

برنامه بازاریابی یکی از بخش‌های مهم فعالیت شما را تشکیل می‌دهد. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش تولیدات شما را فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که:

اهداف برنامه بازاریابی
۱- چه تولیداتی را ارائه کنید (Product)
۲- به چه قیمتی و به چه نحوی دریافت کنید (Price)
۳- از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید (Promotion)
۴- چگونه محصولات خود را به دست مشتری برسانید (Place)

برای تدوین برنامه بازاریابی باید مراحل زیر را انجام دهید:

۱- بازار را بشناسید

درباره شناخت بازار در بخش بررسی وضعیت بازار توضیح داده شد که به

چه نحوی عمل شود.

شناخت بازار زمان بر و هزینه بر است. قبل از این که کسب و کار خود را

شروع کنید ضروری است که اطلاعات بازار را بدست آورید و هنگامی

کسب و کار خود را شروع کنید که اطمینان داشته باشید بازار بالقوه‌ای

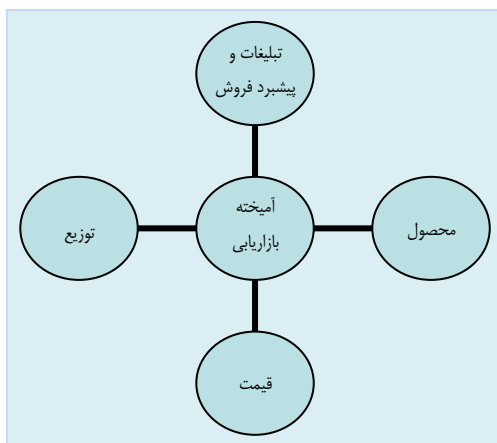
برای محصولات شما وجود داشته باشد.

۲- بازار هدف خود را انتخاب کنید

هنگامی که اطلاعات بازار را جمع‌آوری کردید باید تصمیم بگیرید که چه بخش‌های از بازار، محصولات شما را بهتر تهیه می‌کنند و رقبا کمتری وجود دارد. در طی بازارشناسی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است و شما نمی‌توانید یک نوع محصول به همه آنها ارائه کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که تمامی گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف می‌باشد.

۳- برنامه بازاریابی خود را تهیه کنید

در این مرحله آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) را تعیین می‌کنید. اجزا آمیخته بازاریابی عبارتند:



با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی هر یک اجزا آن را به تفصیل بررسی می‌کنیم:

محصول (Product)

توجه داشته باشید مهمترین رکن برنامه بازاریابی محصول می‌باشد. چنانچه خدمات شما از نظر نوع خدمات و یا کیفیت ارائه خدمات متناسب با خواست مشتریان نباشد برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد پس در ابتدا تحقیقات خود را به نحو کاملی انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان خود را تعیین کنید. برای این کار با افراد مختلف صحبت کنید. با مشتریان احتمالی مکاتبه کنید. تلفنی و یا حضوری مصاحبه کنید و در صورت امکان نظرسنجی کنید تا تصویر روشنی از خواسته بازار پیدا کنید. بخاطر داشته باشید معمولاً ایده اولیه شما یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نیست و لازم است که در یک پروسه تحقیق و جستجو به نتایج دقیق و اصلاح شده دست پیدا کنید. تولیدات شما بسته‌بندی گل‌های زینتی است که با توجه به سلیقه مشتریان و با استفاده از خلاقیت و نوآوری محصولی ابتکاری و جدید ارائه می‌کنید تا بتوانید رضایت مشتری را فراهم کنید.

محصول
تولیدات شما بسته‌بندی گل‌های زینتی است که با توجه به سلیقه مشتریان و با استفاده از خلاقیت و نوآوری محصولی ابتکاری و جدید ارائه می‌کنید تا بتوانید رضایت مشتری را فراهم کنید.

قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تاثیر مستقیم روی فروش می‌گذارد. قیمت باید آنقدر پایین باشد که مشتری را جذب کند و آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارتی مشتری بدنبال قیمت هر چه پایین‌تر و کارفرما به دنبال قیمت هر چه بالاتر است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود. برای تعیین قیمت تولیدات خود باید دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

برای تعیین قیمت یکی از حالت‌های زیر را می‌توانید انتخاب کنید

شیوه قیمت‌گذاری	
پایین‌تر از قیمت رقبا	<p>قیمت را کمی کمتر از قیمت رقبا ارائه کنید. در این صورت تعداد مشتریان بیشتری جذب خواهید کرد. بخاطر داشته باشید همیشه کاهش قیمت به نفع شما نیست. چون ممکن است رقیب دیگری هم پیدا شود و قیمت پایین‌تری ارائه کند و مشتریان شما را جذب کند. باید در نظر داشته باشید که مشتریانی که بدنبال قیمت پایین‌تر هستند کمترین وفاداری به موسسه را دارند. یعنی به محض اینکه موسسه دیگری قیمت پایین‌تری ارائه کند از شما دیگر خرید نخواهد کرد. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کارآفرین است چرا که شما مجبورید قیمت‌های خود را بشکنید و از سود خود کم کنید.</p>
برابر قیمت رقبا	<p>گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید بدین ترتیب از جنگ قیمتی جلوگیری کرده‌اید و چنانچه بازار مناسب و تعداد رقیب محدود باشد می‌توانید با رقبایتان پیمان‌های همکاری تجاری ببندید و سود حداکثری حاصل کنید</p>
بالتر از قیمت رقبا	<p>گزینه سوم این است که قیمتی بالاتر از قیمت رقبا ارائه کنید. این تصمیم وقتی عملی است که شما به ازای قیمت بیشتر ارزش یا خدمات خود را افزایش دهید یعنی اینکه خدمات بیشتر و متمایزتری نسبت به رقبا ارائه کنید.</p>

پیشبرد فروش (promotion)

پیشبرد فروش مجموع فعالیت‌هایی است که شما انجام می‌دهید تا سطح فروش را بالا ببرد. برای این منظور تکنیک‌های زیر وجود دارد:

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

۲. بازاریابی مستقیم

۳. مشوق‌های فروش (تخفیفات و جوایز)

۴. روابط عمومی



۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

تبلیغات و ایجاد نام تجاری شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت شما باید تبلیغ کنید. تبلیغات شامل پیام‌های بازرگانی است که شما از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. به عنوان

مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پر بیننده و خبری به اطلاع مشتریان برسانید و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات خود را معرفی کنید و یا اینکه از طریق تیزرهای تبلیغاتی رادیو و تلویزیون این معرفی را انجام دهید. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار گران است و برای کسب و کارهای کوچک مقدر نیست. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است و تنها در صورتی که از اثربخشی آن اطمینان داشته باشید باید اقدام کنید.



تبلیغات اینترنتی

در ایران حدود ۴۰ سال قبل تلویزیون را رسانه نوین خطاب کرده‌اند. این رسانه نوین در روزهای نخست حضور خود برای کسب محبوبیت می‌بایست کارائی خود را اثبات می‌نمود اما اکنون تقریباً در هر خانواده‌ای یک دستگاه تلویزیون وجود دارد. بر اساس گزارشی که در همان زمان در روزنامه‌ها به چاپ رسید، آمده بود که -۱۳ سال پس از تولید تلویزیون ایرانیان نیز این

جعبه جادویی را در خانه‌های خود پذیرفتند- و ۲۰ سال به طول انجامید تا رادیو به ایران بیاید و ۳۰ سال دیگر تا سینما در ایران ساخته شد.

اینک سؤال این است که آیا اینترنت نیز می‌تواند جای خود را در ایران

باز کند؟

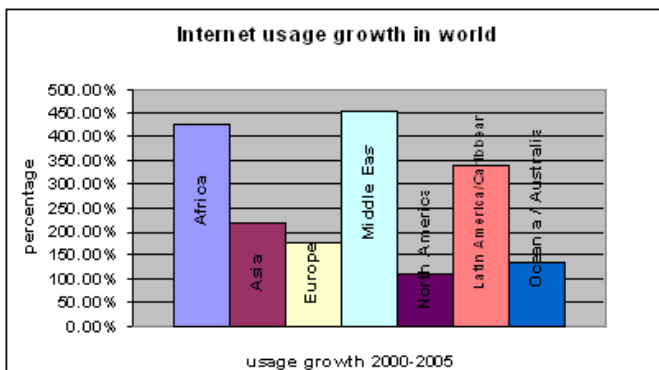
با بررسی مدل روند ورود تکنولوژی به ایران درمی‌یابیم که نتایج دقیقاً مانند سایر کشورها است اما با اندکی تأخیر. به عبارت دیگر تلویزیون هم در ایران همانند سایر کشورها محبوب شد اما با تأخیر. برای اینترنت نیز همین اتفاق افتاده و خواهد افتاد.

بر اساس گزارش سایت اینترنتی www.worldstat.com بین سال‌های

۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ رشد استفاده از اینترنت در جهان ۱۸۳،۴ درصد افزایش یافته

است. این درصد رشد در کشورهای خاورمیانه ۴۵۴،۲ درصد بوده است که در

این پنج سال در جهان بیشترین نرخ درصد رشد بوده است.



براساس این تحقیق شمار کاربران اینترنت در ایران در سال ۱۹۹۴ از ۲۵۰ هزار نفر فراتر نمی‌رفت که ضریب نفوذ صفر درصد داشت. در سال ۲۰۰۳ این ضریب نفوذ به ۳/۵ افزایش یافت. مرکز آمار اینترنت در جهان (Internet World Stats) در فوریه ۲۰۰۵ (اواخر سال ۱۳۸۳) تعداد کاربران اینترنت ایران را ۴ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر و با ضریب نفوذ ۷ درصد اعلام کرد.

بنابراین این ارقام نشان‌دهنده آن است که کاربران اینترنت در ایران نیز به سرعت در حال رشد می‌باشند.

بنابراین تبلیغات از طریق اینترنت بسیار مناسب است. زیرا:

- کاربران اینترنتی روز به روز زیادتر می‌شوند در ایران حدود ۳۲ میلیون کاربر اینترنتی وجود دارد.
- هزینه آن از سایر تبلیغات کمتر است و وقتی شما هزینه تبلیغ را پرداخت می‌کنید که بر روی بنر شما در سایت نمایش دهنده تبلیغات کلیک شود و از سایت شما بازدید شود.
- تبلیغات اینترنتی یک ارتباط دوطرفه بین تبلیغ کننده و مخاطب ایجاد می‌کند. مخاطبان نه تنها پیام تبلیغاتی را دریافت می‌کنند بلکه قادرند بازخورد داده و سوالات خود را در مورد محصولات مطرح کنند.

- تبلیغات اینترنتی با یک پیوند مستقیم، دسترسی به اطلاعات محصولات مرتبط را برای مخاطبان فراهم می‌سازد. این قابلیت غالباً منجر به مبادله محصولات و افزایش تعاملات تجاری می‌شود.
- در تبلیغات اینترنتی از روش‌های متنوعی برای هدف‌گیری مشتریان به منظور انتخاب، ارائه و نمایش تبلیغات به صورت ایستا یا پویا استفاده می‌شود. این روش‌ها ممکن است بر اساس محتوای صفحه، اطلاعات شخصی و مبادله پویای اطلاعات باشند.
- تبلیغات اینترنتی دارای دسترسی جهانی است و در تمام روزهای سال و تمام ساعت روز در دسترس می‌باشد که این موجب افزایش قابلیت مشاهده و گسترش بازار آن شده است.
- تبلیغات اینترنتی دارای ویژگی نمایش، نگهداری و به روزرسانی آسان است که این خود به دلیل ماهیت دیجیتالی آن است. کاهش فرایند تهیه و اجرای تبلیغات از جمله نتایج این ویژگی تلقی می‌شود.
- تبلیغات اینترنتی به دلیل ماهیت دیجیتالی، از قابلیت ردگیری و اندازه‌گیری بالایی برخوردار است. از روش‌های گوناگونی برای ردگیری، ارزیابی عملکرد و سنجش اثربخشی تبلیغات اینترنتی استفاده می‌شود.
- به دلیل قابلیت هدف قرار دادن دقیق و مشخص مخاطبان، می‌توان پیام‌ها را برای جذب نیازها و خواسته‌های معین مخاطبان، طراحی کرد. هنگامی

که ما دقیقاً مخاطبان را شناسایی می‌کنیم اطلاعات بهتری در خصوص نیازها و خواسته‌های آنها به دست می‌آید. از اینرو پیام آگهی ما می‌تواند بسیار جذابتر طراحی شود.

- در این نوع از تبلیغات پس از نمایش آگهی می‌توان بلافاصله فروش را نیز انجام داد.



بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه و بروشور مناسبی را آماده کنید و برای آدرس‌هایی که تمایل به دریافت این نوع تبلیغات دارند آن را ارسال کنید. این نامه می‌تواند یک ایمیل باشد که به آن بازاریابی ایمیلی می‌گویند. در بازاریابی مستقیم باید در نظر داشته باشید که همواره درصد کمی از افرادی که با آنها تماس می‌گیرید یا برایشان نامه می‌فرستید به شما جواب مثبت می‌دهند. اثربخشی نامه‌ها به نحوه نگارش نامه و لیستی که برای آنها ارسال می‌کنید بستگی

دارد. هر چه جذابتر و بهتر بنویسید و به لیست مناسبتری ارسال کنید جواب بهتری می‌گیرید.



مشوق‌های فروش و تخفیفات

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتری‌های مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کند و آنها را ترغیب کند که زودتر تصمیم به خرید بگیرند ارائه جوایز و تخفیفات ویژه است. در این روش شما جوایز مشخص و یا تخفیفات ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید که به قید قرعه به تعدادی از مشتریانی که زودتر خرید کنند و یا بیشتر خرید کنند اهدا خواهید کرد.



نکات کلیدی در ارائه تخفیفات

- برای اینکه تبلیغات موثر واقع شود نکات زیر را باید در نظر بگیرید:
- در زمان مناسب این کار را انجام دهید. یعنی مشتری اگر احساس کند که شما به دلیل آنکه نتوانسته‌اید مشتری پیدا کنید و اوضاع‌تان خراب است و مجبور شده‌اید که تخفیف بدهید اولاً درباره خدمات شما نگرش منفی پیدا می‌کنند و با دیده تردید به پیشنهاد شما فکر می‌کنند و این مانع می‌شود که شما فروش بیشتری کنید و ثانیاً در خرید خود بدنبال امتیاز بیشتری هستند.
 - سعی کنید جوایز شما از تولیدات خود شما باشد. سیاست **یکی بخر دو تا بپر** یکی از روش‌های مطلوب است که اولاً باعث می‌شود قیمت را نشکنید و مشتری به قیمت پایین‌تر عادت نکند و ثانیاً مشتری لذت بردن جایزه را احساس کند و از تجربه خرید از شما راضی باشد.
 - سعی کنید بیشتر جایزه بدهید نه تخفیف. تخفیف سیاستی است که اگر به موقع و درست استفاده نکنید تاثیر آن بیشتر منفی خواهد بود.
 - سعی کنید برای جوایز و تخفیفات یک سیاست پلکانی ایجاد کنید که مشتریانی که بیشتر یا زودتر خرید می‌کنند احتمال برنده شدن یا بهره‌مندی آنها بیشتر باشد.

بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌شود که بطور غیرمستقیم باعث شهرت و اعتبار شما می‌شود و هزینه آن هم بسیار

پایین‌تر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم دارد و میزان فروش به کندی افزایش می‌یابد ولی تاثیرگذاری آن پایدارتر است.

تبلیغات از طریق روابط عمومی

تبلیغات گران است، اما روابط عمومی هزینه‌ای ندارد و رایگان تمام می‌شود. با این وجود حامی (اسپانسر) شدن یا پخش اخبار در مورد شرکت، محصولات و یا خدمات آن از طریق رسانه‌های عمومی بسیار بیش‌تر از انجام تبلیغات مستقیم تاثیرگذار است. چاپ یک مقاله در ارتباط با کسب و کار شما در روزنامه، یا پخش یک برنامه تلویزیونی در این زمینه بسیار بهتر از تبلیغات مستقیم است چرا که اعتبار بیش‌تری نزد مخاطبان و مشتریان بالقوه دارد. در صورتی که امکان انجام چنین فعالیت‌هایی را در قالب روابط عمومی داشته باشید، به راحتی می‌توانید بخشی از برنامه‌ها و فعالیت‌های تبلیغاتی خود را کاهش دهید و در عین حال تاثیر مثبت بیش‌تری در ذهن مخاطبان خود بگذارید. بنابراین برقراری تماس مستمر با رسانه‌ها و خبرگزاری‌های محلی و ارائه اطلاعاتی در مورد فعالیت‌های تجاری شرکت‌تان نظیر اعلام میزان کل فروش و سود شرکت در بازه زمانی معین، برنامه‌های توسعه محصول یا بازار یا سایر جریاناتی که مربوط به کسب و کارتان است و برای مشتریان و مخاطبان مورد نظر شما نیز جالب توجه است، به شما کمک

می‌کند تا با توسعه فعالیت‌هایتان در حوزه روابط عمومی، نیاز کمتری به انجام تبلیغات مستقیم داشته باشید و به این ترتیب ضمن این که به طور غیرمستقیم و موثرتر خود را به مشتریان معرفی می‌کنید، به میزان قابل ملاحظه‌ای در هزینه‌هایی که باید صرف انجام تبلیغات شود نیز صرفه‌جویی می‌کنید.

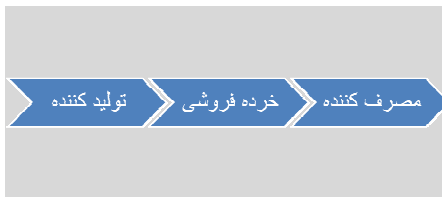
توزیع یا دسترسی (place)

تصمیم‌گیری درباره اینکه مخاطبان چگونه به محصول شما دسترسی پیدا می‌کند رکن چهارم برنامه بازاریابی است. شما می‌توانید برای ایجاد دسترسی مشتریان بدون نیاز به دفتر کار، سایتی را ایجاد کنید و افراد با بازدید از سایت شما، بتوانند خدمات مورد نظرشان را مشخص کنند و اگر سوالی دارند پاسخ آن را بیابند و سفارش خود را ارائه دهد.

اما اگر خودتان محصولی را بسته‌بندی می‌کنید نیاز به یک شبکه فروش دارید. شبکه فروش ما می‌تواند به صورت‌های زیر باشد:



در این روش شما محصولاتان را به عمده فروش ارائه می‌کنید و عمده فروش هم از طریق خرده فروشی‌ها آن را به مصرف کننده نهایی عرضه می‌کند. در این روش فرایند توزیع برای شما ساده‌تر است اما حاشیه سود شما کمتر است.



در این حالت شما محصولاتتان را به خرده فروشی‌ها عرضه می‌کنید و از طریق آنها محصولاتان را عرضه می‌کنید. این شیوه برای بازارهای محدود که با شبکه خرده فروشی محدودی کار می‌کنید مناسبتر است.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

جدید بودن محصولات 🚩

این کسب و کار در ایران کسب و کار جدیدی است و هنوز همه با این نوع محصولات آشنا نیستند و لذا بازاریابی این نوع محصولات زمانبر است. برای حل این مشکل باید محصولات خود را تا می‌توانید معرفی کنید و نمونه‌های تبلیغاتی تهیه کنید و در محل‌های مختلفی توزیع کنید.

✦ کپی کردن طرح‌ها و ایده‌های شما

همواره این احتمال وجود دارد که طرح‌های ابتکاری شما توسط افراد دیگر کپی شود و شما مشتریان خود را از دست دهید. برای حل این مشکل باید همواره طرح‌های ابتکاری و نوآورانه ارائه کنید و برای خودتان نام تجاری و شهرت ایجاد کنید.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

بکارگیری نکات زیر می‌تواند در توسعه و بهبود شغلی شما موثر باشد:

- برای خود نمایشگاه برگزار نمایید و ضمن معرفی خود کارهایتان را بفروش برسانید.
- در بازارچه‌های خیریه شرکت کنید تا افراد بیشتری کسب و کار شما را بشناسند.
- سایت خود را توسعه دهید و سعی کنید بازدیدکنندگان سایت خود را افزایش دهید.
- سعی کنید مهارت خود را در طراحی طرح‌های نو و متفاوت افزایش دهید.
- طرح‌های هنرمندان بنام عرصه طراحی را ببینید و دیدگاه‌هایشان را بررسی کنید.

- با فرهنگ بومی و اصیل ایرانی هر چه بیشتر آشنا شوید و در طرح‌های خود از تلفیق سبک‌های سنتی و مدرن استفاده نمایید.
- نوآوری و خلاقیت داشته باشید.
- اصول رنگ‌شناسی و روانشناسی رنگ را فرا بگیرید.
- تأثیر روانی رنگ‌ها بر روی انسان را بررسی کنید.



سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- شهرداری‌ها
- بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- تولیدکنندگان و فروشندگان انواع پلاستو فوم، پلکسی گلاس
 - تولیدکنندگان گل‌های مصنوعی
 - گلخانه‌ها و باغ‌های پرورش گل
 - فروشندگان ژورنال‌های طراحی صنعتی
- برای ایده گرفتن از طراحی طراحان مشهور می‌توانید ژورنال‌های طراحی را از فروشندگان این مجلات خریداری نمایید.
- شرکت‌های کامپیوتری و تولیدکنندگان نرم‌افزار
- در صورت استفاده از نرم‌افزارهای طراحی نیاز به پشتیبانی این شرکت‌ها دارید
- برشکاران لیزری و صنعتی

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- کتاب نقش بسته‌بندی در بازاریابی، دکتر داود فیض، اکبر سلحشور،

ناشر: دانشگاه سمنان

- کتاب برش و تاکردن در بسته‌بندی، گروه پژوهشی عفرآوی، ناشر:

موسسه فرهنگی هنری سی‌بال هنر، چاپ اول: آبان ماه ۱۳۸۶ (به همراه

(CD

- کتاب هنر بسته‌بندی در ساختار جعبه‌سازی مدرن، فاطمه حسن‌پور،

ناشر: یادواره اسدی، ۱۳۸۷

- ماهنامه صنعت چاپ و بسته‌بندی

- ماهنامه صنعت بسته‌بندی

- مجله فناوری و توسعه صنعت بسته‌بندی

- مجله گل و گیاه