



## Course outline

### การเพิ่มคุณค่าสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์

(หลักสูตร 1 วัน)

โดย

อาจารย์ ไพรัช วนัสบดีไพศาล

Sale/Service/Management Consultant

**“สร้างแบรนด์สินค้าให้น่าจดจำ ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่า”**

#### หลักการ/แนวความคิด

- บรรจุภัณฑ์ถือเป็นปรากฏการณ์แรกที่ผู้บริโภคจะมองเห็น เมื่อผู้บริโภคเห็นบรรจุภัณฑ์แล้วเกิดความรู้สึกประทับใจ สะดุดตาในทุกองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ก็สามารถที่จะโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลต่างๆของตัวสินค้านั้นๆให้มากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอีกทางหนึ่งที่ผู้ผลิตจะสามารถสร้างบรรจุภัณฑ์ให้ เป็นที่ดึงดูดตาดึงดูดใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ อยากเข้ามาหยิบยิบ บรรจุภัณฑ์พิจารณารูปลักษณ์และรายละเอียดของตัวสินค้า รวมไปถึง จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตัวสินค้านั้น โดยไม่รู้ตัว (First Impression)
- ดังนั้น เราจึงต้องเรียนรู้ความสำคัญของการทำบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดที่มีผู้บริโภคเป็นผู้เลือก บรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าและองค์กร ช่วยเพิ่มยอดขาย ผู้บริโภคเองก็อยากเก็บบรรจุภัณฑ์ ของสินค้านั้นไว้เพราะภาพลักษณ์ที่สวยงาม เป็นการโฆษณาสินค้าได้ในระยะยาว เพราะเมื่อผู้บริโภคหยิบยิบบรรจุภัณฑ์นั้นขึ้นมาเมื่อใด ก็จะเห็นว่าสินค้านั้นเป็นแบรนด์อะไร สร้างการจดจำแบรนด์ให้กับผู้บริโภคโดยไม่รู้ตัว
- ผู้ที่สนใจทั่วไปจะได้เรียนรู้จุดสำคัญต่างๆในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกมาเหมาะสมกับตัวสินค้า และยังเป็นการโฆษณาสร้างแบรนด์ให้กับตัวสินค้าและองค์กรได้ในระยะยาว “สร้างแบรนด์สินค้าให้น่าจดจำ ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่า”

#### วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรม ได้รู้ถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อตัวสินค้า

- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รู้ถึงการเพิ่มคุณค่าสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้นำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง

## เนื้อหาหลักสูตร

- ★ เรียนรู้การตลาดในยุคปัจจุบัน
- ★ บรรจุภัณฑ์มีผลอย่างไรต่อตัวสินค้า
- ★ ภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์มีผลอย่างไรต่อองค์กร
- ★ มูลค่าทางการตลาดเพิ่มขึ้นได้ด้วยบรรจุภัณฑ์
- ★ บรรจุภัณฑ์ที่สร้างจุดเด่นสะดุดตาให้กับตัวสินค้า
- ★ เรียนรู้ความหมายของ อย. และ จีเอ็มพี
- ★ Workshop แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ
  - จินตนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวสินค้า
  - แต่ละกลุ่มให้คะแนนและแสดงข้อคิดเห็น
  - วิทยากรชี้จุดที่ควรปรับปรุง
  - วิทยากรให้ผลลัพธ์ที่ได้ของเวิร์กช็อปนี้
- ★ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
  - กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์
  - รูปทรงของตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม
  - การออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายใน
  - การออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายนอก
  - ฉลาก ข้อความ ตัวอักษร รูปภาพประกอบ
  - การใช้สีกับจิตวิทยาต่อผู้บริโภค
  - วัสดุของบรรจุภัณฑ์
  - บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละวัย
  - บรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถเก็บไว้ใช้งานต่อได้
- ★ ระบบการผลิตบรรจุภัณฑ์
- ★ ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์
- ★ การติดต่อว่าจ้างออกแบบ/พิมพ์บรรจุภัณฑ์

- ★ วางแผนการตลาดสู่กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์
- ★ การติดตาม การปรับปรุง การตอบจากผู้บริโภค
- ★ กรณีศึกษาจากประสบการณ์ตรงของวิทยากร
- ★ Workshop แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ
  - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวสินค้า
  - แต่ละกลุ่มให้คะแนนและแสดงข้อคิดเห็น
  - วิทยากรชี้จุดที่ควรปรับปรุง
  - วิทยากรให้ผลลัพธ์ที่ได้ของเวิร์กช็อปนี้
- ★ สรุปเนื้อหาแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ด้วยการวิเคราะห์จากผู้เข้ารับการอบรม
- ★ ข้อคิดฝากให้กับผู้เข้ารับการอบรม เพื่อนำกลับไปฝึกปฏิบัติให้เกิดการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น

## วิธีการ (ทฤษฎี 30% ปฏิบัติ 70%)

- ✓ การบรรยาย – สาธิต – ประสบการณ์
- ✓ เน้นให้มีส่วนร่วมคิดวิเคราะห์ เพื่อดึงศักยภาพของผู้เข้ารับการอบรมออกมา
- ✓ ระดมสมอง – กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ – เกมส์สอดแทรก – การแสดงบทบาทสมมติ

## สไตล์การสอนของวิทยากร

- ✓ Psychology for motivated thinking (การใช้จิตวิทยาเพื่อกระตุ้นความคิด)
- ✓ Training interactive for leverage the real performance (การฝึกอบรมเชิงโต้ตอบสำหรับการใช้ประโยชน์จากการปฏิบัติจริง)
- ✓ Psychology (จิตวิทยา) และ Interactive (เชิงโต้ตอบ)  
คือการนำจิตวิทยามาใช้ร่วมในการฝึกอบรม และกระตุ้นความคิดของผู้เรียนอยู่ตลอดในเชิงโต้ตอบแบบอินเตอร์แอคทีฟ

## ผู้ที่เหมาะสมกับหลักสูตรนี้

- ✓ ทุกระดับ

