

Обликување на амбалажа

Секој знае дека амбалажата продава производ. Дизајнот на графичкото пакување е еден од најсложените и најсуштинските делови на процесот на дизајнирање на пакувањето, така што големите компании постојано бараат професионалци кои знаат да дизајнираат дизајн кој е автентичен, оригинален и иновативен.

На што треба да внимаваме при изработка на една амбалажа :

Јасност и едноставност

Следниот пат кога ќе посетите некоја од поголемите супермаркети, застанете пред некои полици што се избрани случајно и погледнете ги производите пред вас. Запрашајте се две многу едноставни прашања:

- За што е овој производ?
- Која марка стои зад овој производ?

Ќе бидете воодушевени од тоа колку е тешко понекогаш да одговорите на овие прашања кога станува збор за специфичен производ во рок од 4 секунди. Ова е време што просечниот потрошувач ќе му го посвети на еден производ на полицата.

Најдете голем број на производи без јасно име, марка. Најдете производи кои изгледаат одлично однадвор, но немате идеја што е внатре во кутијата. И, исто така, најверојатно ќе најдете на средство за чистење во пакет што е посоодветно за бебешките сокови.

Дури и ако одредени категории на производи овозможуваат малку мистерија (парфеми, итн.), Неможноста да се идентификува производ во однос на содржината, употребата или марката е лоша практика и за компанијата чиј производ е на полицата и за дизајнерот. Затоа, запомнете го првото правило кога се занимавате со дизајн на пакување: Бидете јасни, како во врска со производот, така и со брендот зад одреден производ.

Чесност

Дизајнерите почетници честопати се обидуваат да го претстават производот на најдобар можен начин, дури и ако не е секогаш реален. На пример, тие ќе претстават златно кафено чоколадно чипче колаче на пакувањето, додека во суштина купувате едноставен бисквит со вкус на чоколадо. Прикажат море со свежи цреша на пакет со овошен јогурт што во суштина има многу мала содржина на овошје.

Со презентирање на одреден производ десет пати подобар отколку што навистина е, вие го доведувате во заблуда потрошувачот, а како резултат имате полоша продажба и лоша слика .

Ова е моментот кога чесноста станува суштински елемент на дизајнот на производот. Поточно, потрошувачите не им пречи на едноставни и поевтини производи, сè додека тие знаат што купуваат! Се разбира, секој клиент очекува до одреден степен „издигнување на лицето“, но во никој случај до тој степен што не го препознава производот.

Како дизајнер, вие имате задача да го презентирате производот на најдобар можен начин, но имајте на ум дека потрошувачите - категоријата на која припаѓате - ја заслужуваат вистината.

Автентичност

Оригиналноста, карактерот и незаборавноста се во срцето на одличните брендови и секако одличните дизајнери на пакување.

Зошто? Одговорот на ова прашање е едноставен. Постојат стотици производи на пазарот во иста категорија и секој производител се натпреварува за една работа - внимание на потрошувачите. Единствениот начин да го направите вашиот производ различен од другите е да создадете исклучителен, автентичен бренд.

Бидејќи ова е навистина прашање на креативност и истражување, речиси е невозможно да се дадат совети денес за тоа како да се автентични. Првото нешто што сигурно може да го направите е да го погледнете дизајнот на конкурентска компанија. Ако користат фотографија со производи, вие изберете да користите илустрации. Доколку се одлучиле за современ дизајн со модерни елементи, создавате бренд заснован на традиционални вредности во ретро стил.

Бидете храбри, различни и постојано барајте инспирација насекаде околу себе.

Практичност

Погодноста вклучува создавање на пакет (форма, функционалност, големина) што може да доведе до продажба. Колку е попрактичен производот, толку е поголема продажбата. На пример, кога Хајнц дизајнираше шише со кечап што оди наопаку, продажбата на овој производ нагло се зголеми.

Погодноста е елементот што најмногу се игнорира во процесот на креирање дизајн на пакување, главно затоа што клиентите многу често избираат веќе „испробан и тестиран“ начин и со тоа спречуваат каква било иновација

Но, ако имате среќа и имате задача да дизајнирате шише, кутија или кригла, никогаш не ја запоставувајте практичноста. Секогаш размислувајте како можете полесно да користите, транспортирате или чувате одреден производ.



**Природно пакување
за јајца направено
од слама**



**Интересен дизајн
на маслиново
масло**



**Пакување за
компирчиња со
џебче за кечап**





Realform



Домашна задача

Изработете амбалажа за храна и пијалок кој што се препорачува за спортисти.

При употреба на боите, по можност дрвени или фломастери, би било убаво да употребите комплементарен контраст. На тој начин амбалажата ќе биде по впечатлива.

Домашната работа пратете ја на следниот маил

aneta.spa@yahoo.com

Ако имате потреба од консултации, контактирајте ме на вибер, преку маил или facebook.

Обликување на етикета за производ

Етикетите можат да се залепат на шишиња или лесно да се завиткаат околу производи завиткани со хартија. Тие се лесни за дизајнирање, печатењето е ефтино, што е одлично ако имате ограничени ресурси.

Ова не значи дека етикетите не можат да бидат привлечни. Вешто дизајнираните етикети можат да додадат убави рачно изработени дизајни како во случајот со овие рустикални етикети, етикети за [рустикална обвивка за сапун](#).



Етикетите се совршен избор за приватни продавници или мали занаети кои се обидуваат брзо и удобно да произведуваат брендирано пакување

што може да додаде шарм на одреден производ и едноставните nalepnici se navistina praktichni, lesni za ureduvanje i moжат да важат во зависност од големината на производот.



Домашна задача

Изработете етикета за енергетски пијалок или за храна за спортисти. На етикетата да бидат застапени 4 бои. Изработете ја со дрвени боици или фломастери.

Домашната работа пратете ја на следниот маил

aneta.spa@yahoo.com

Ако имате потреба од консултации, контактирајте ме на вибер, преку маил или facebook.