

**Дизайн упаковки.**

**Дизайн упаковки** товара - комплексная работа, включающая анализ целевой аудитории, **разработку рекламной концепции упаковки**, брэндинг, иллюстрирование, работу со шрифтами, **разработку конструкции упаковки** и оптимизацию стоимости производства, предпечатную подготовку и соблюдение технологических требований **изготовления упаковки**.



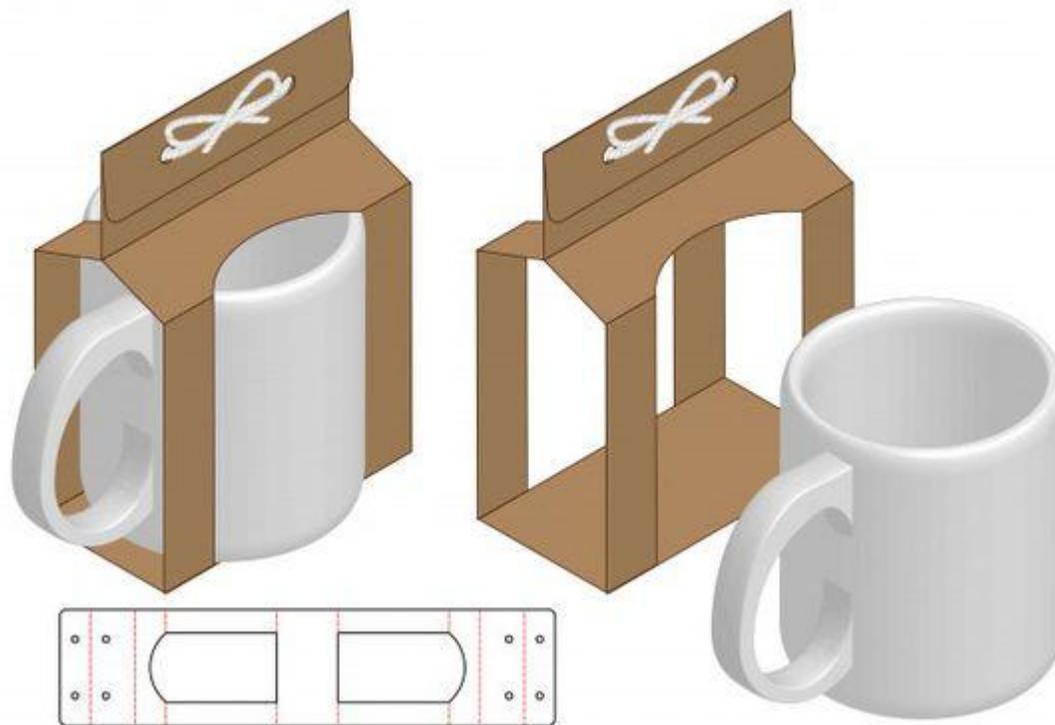
**Современная упаковка** – это не просто красивая информативная обёртка, предназначенная для хранения товара – это и средство коммуникации с потенциальным покупателем, и эффективный маркетинговый инструмент, и успешное вложение в развитие бренда.



# Упаковка и этикетка



**УПАКОВКА** – один из важнейших носителей, а иногда и единственный инструмент коммуникации бренда. Необходимо, чтобы все элементы дизайна упаковки производили правильное впечатление и эффективно работали для продвижения бренда и увеличения объёма продаж.



**Разработка дизайна упаковки** – это определение формы, размера, материала для изготовления и многих других параметров и элементов дизайна, необходимых современной упаковке.



# Факторы



**Визуальная эстетика** и привлекательность. Качественная упаковка призывает покупателя к приобретению продукта;



**Тактильный отклик.** Материал, размеры, качество изготовления, вид печати – всё это играет важную роль при выборе товара покупателем из широкого ряда аналогичных;



**Эмоциональный отклик.** Упаковка должна вызывать у потребителя положительные эмоции и позитивные ассоциации, это даёт возможность создать прочную эмоциональную связь между брендом и потребителем;



**Функциональность.** Кроме эстетики, упаковка должна сохранять свою функциональность – защищать товар от внешних воздействий;



**Корпоративный стиль.** Дизайн-концепт оформления товара должен соответствовать общей концепции фирменного стиля компании, это повысит узнаваемость бренда.



# Требования к упаковке

- **надежность.** Упаковка должна не просто привлекать потребителей ярким или необычным дизайном, но и обеспечивать надежное хранение и транспортировку продукта. Она должна легко выдерживать длительное хранение на складе, а также не повреждаться при погрузке и выгрузке. При выборе материала необходимо учитывать как особенности самого продукта, так и климатические условия региона, где будет продаваться товар;
- **удобство.** Любая упаковка должна быть не только прочной, но и удобной в применении. Лучше всего, если тарой можно будет воспользоваться повторно;
- **экономичность.** Затраты на создание упаковки и цена материалов, используемых для ее производства, не должны слишком сильно влиять на стоимость продукта. Простыми словами, ваша упаковка не должна стоить дороже ее внутреннего содержания;
- **эстетичность.** Упаковка должна соответствовать взглядам покупателей, вызывать у них положительные эмоции и повышать уровень доверия к продукту. Важно учитывать цвет, форму и графику. Кроме того, оболочка должна максимально точно отражать суть товара, а также давать полное представление о его назначении;
- **информативность.** Хорошая упаковка должна содержать максимум нужной и полезной информации о товаре, например, о его составе или сроках годности. Также на ней можно разместить инструкцию по применению или способу приготовления, если это пищевой продукт;
- **соответствие требованиям рынка.** Разработка новой упаковки невозможна без оценки требований рынка. Например, очень часто в последнее время практикуется концепция создания экологически чистой упаковки, которая не загрязняет окружающую среду.

**ЭТИКЕТКА** – первое, что видит покупатель, именно с неё начинается его знакомство с продуктом. Поэтому этикетка должна выглядеть ярко, выделяться своей эффектностью и индивидуальностью среди огромного многообразия товаров, уметь привлечь покупателя и помочь ему сделать выбор



# Виды этикеток



**Основная этикетка** – центральный элемент упаковки товара, располагается на фронтальной стороне упаковки. Содержит, как правило, название продукта, логотип, необходимую базовую информацию;



**Контрэтикетка** – располагается на обратной стороне упаковки. Включает подробную информацию о товаре – состав продукта, пищевую ценность, объём, производитель и так далее;



**Кольеретка** – размещается на верхней части бутылки. Миниатюрная этикетка, содержащая, как правило, символику бренда, логотип, название продукта и год выпуска.



# Ключевые аспекты



**Цвет** передаёт информацию быстрее, чем текст, поэтому он особенно важен в борьбе за внимание покупателя. Любой бренд обладает своим уникальным цветовым решением – необходимо добиваться постоянства используемых цветов во всех маркетинговых материалах (цвета этикетки не должны отличаться от цветов в брошюрах, буклетах, наружной рекламе и выставках);



**Форма** этикетки также является ключевым фактором, привлекающим внимание потребителя. Однако экспериментировать необходимо умеренно – нестандартные решения могут вступать в противоречие с эстетикой, а также удорожают стоимость изготовления этикетки (и самого товара). Поэтому важно определить золотую середину между оригинальностью и простотой восприятия и изготовления этикетки целевой аудиторией;



**Шрифты.** Выбранный шрифт должен подчёркивать индивидуальность бренда и соотноситься с корпоративным стилем. Как правило, на этикетке не должно быть больше 3 шрифтов.



# Требования к дизайну этикетки

- этикетка должна быть визуально привлекательна;
- графическая и текстовая части этикетки должны максимально просто и полно информировать покупателя о всех основных свойствах продукта;
- дизайн этикетки должен создавать положительное впечатление об изготовителе продукции;
- этикетка должна существенно отличаться от этикеток других производителей-конкурентов.

# Этапы разработки



**Определение функций упаковки** — в этом случае учитываются такие параметры, как материал или размер. Например, некоторые виды упаковок, предназначенные для длительного хранения, должны иметь повышенную прочность;



**Разработка конструкции** — на этом этапе создается технический макет тары. При его создании важно учитывать, насколько удобна и практична будет упаковка при использовании;



**Разработка маркетинговой концепции** — в этом случае во внимание принимаются проведенные ранее маркетинговые исследования. Выбирается цвет продукта, внешний вид, форма, размер и визуальное оформление;



**Дизайнерская разработка** — в ходе этого этапа создается дизайнерский макет, позволяющий оценить будущий вид продукта;



**Тестирование дизайнерского макета** — при этом учитывается реакция потенциальных покупателей, а также личное мнение самого продавца;



**Доработка** — требуется в том случае, если на этапе тестирования были выявлены какие-либо недочеты;



**Итоговое тестирование** — при этом огромное внимание уделяется не только положительной реакции потенциальных покупателей на внешний вид изделия, но и техническим характеристикам тары.



# Дизайнерская разработка (этапы)



**Изучение** российского и мирового опыта в сфере дизайна упаковки данного конкретного вида и типа продукции.



Подбор референсов и создание мудбордов.

## Брокколи кусок #2

### Работа с референсами



**Разработка дизайн-концепции.** Выработка графических решений и подбор интересной формы, на основе которых создаются несколько вариантов дизайна, из которых впоследствии выбирается самый лучший концепт, отвечающий



# Референсы и мудборды



Летние обои



Beauty Break: 11.17.16

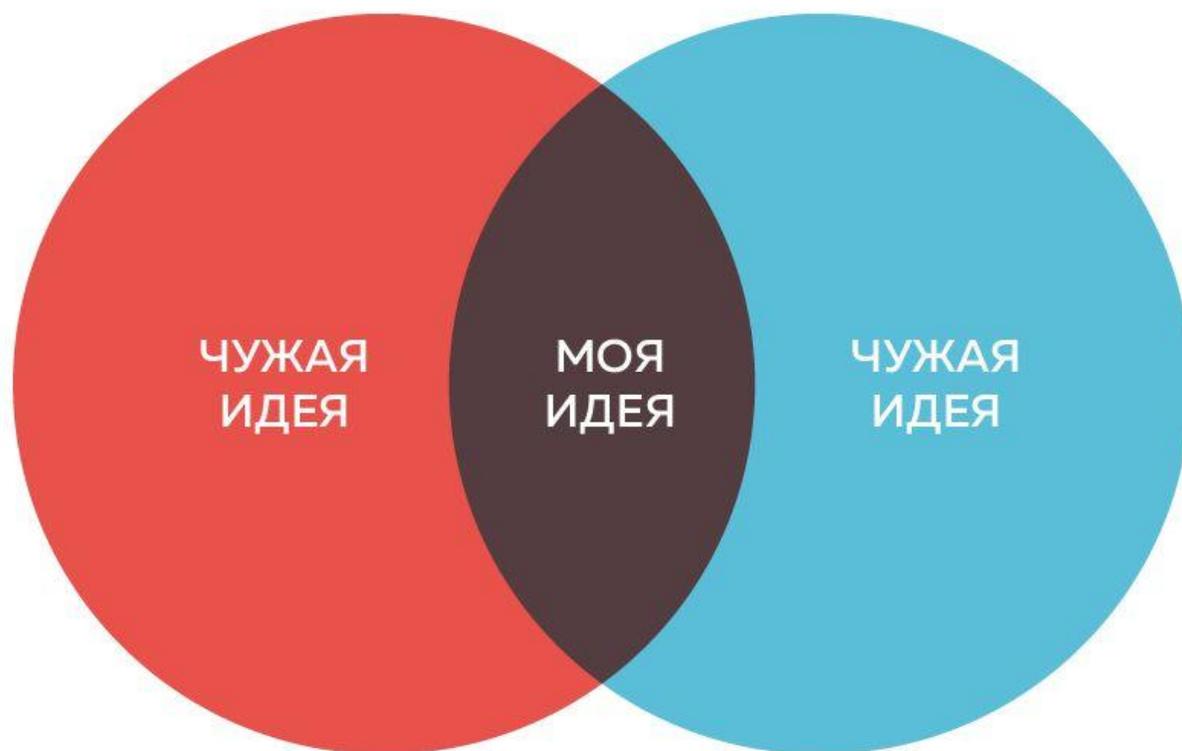


Watercolor paper and ink



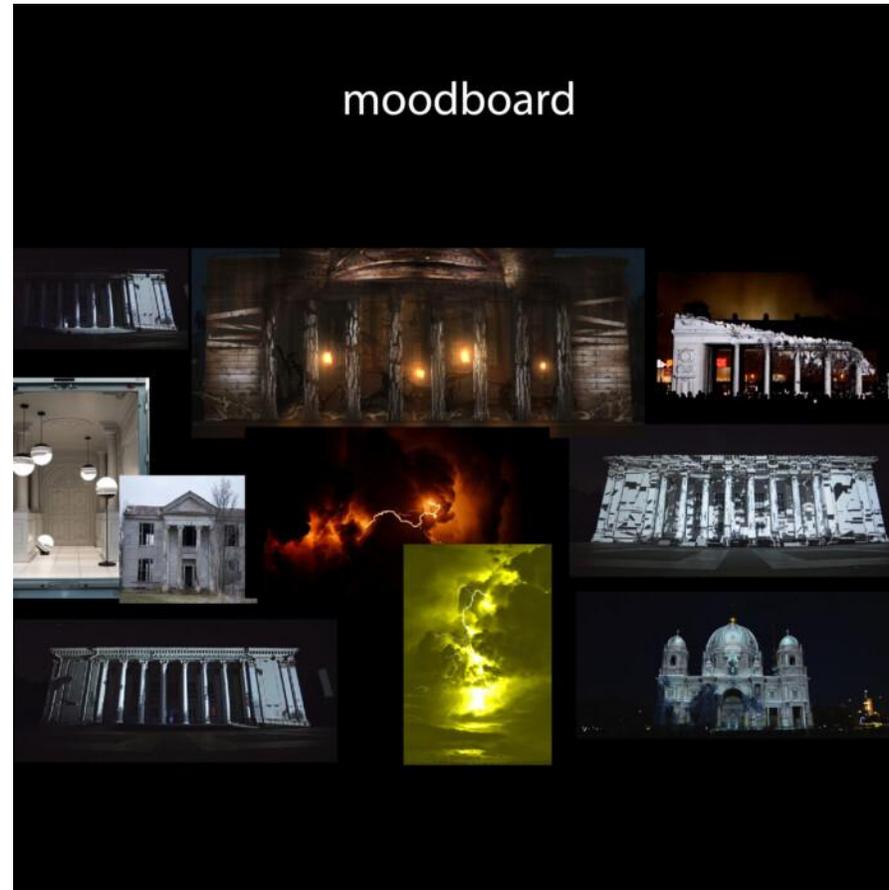
- **Рéференс** ([англ.](#) *reference* — справка, сноска) — вспомогательное изображение: рисунок или фотография, которые художник или дизайнер изучает перед работой, чтобы точнее передать детали, получить дополнительную информацию, идеи. Референсом могут быть фотографии человека в различных позах, фотографии только рук или иных частей тела, необходимые для изучения и отрисовки анатомии. В сфере компьютерной графики референс используются как примерное представление того что хотелось бы видеть или попытка предоставить собеседнику на чужих примерах свое представление.

# Советы при работе с референсами



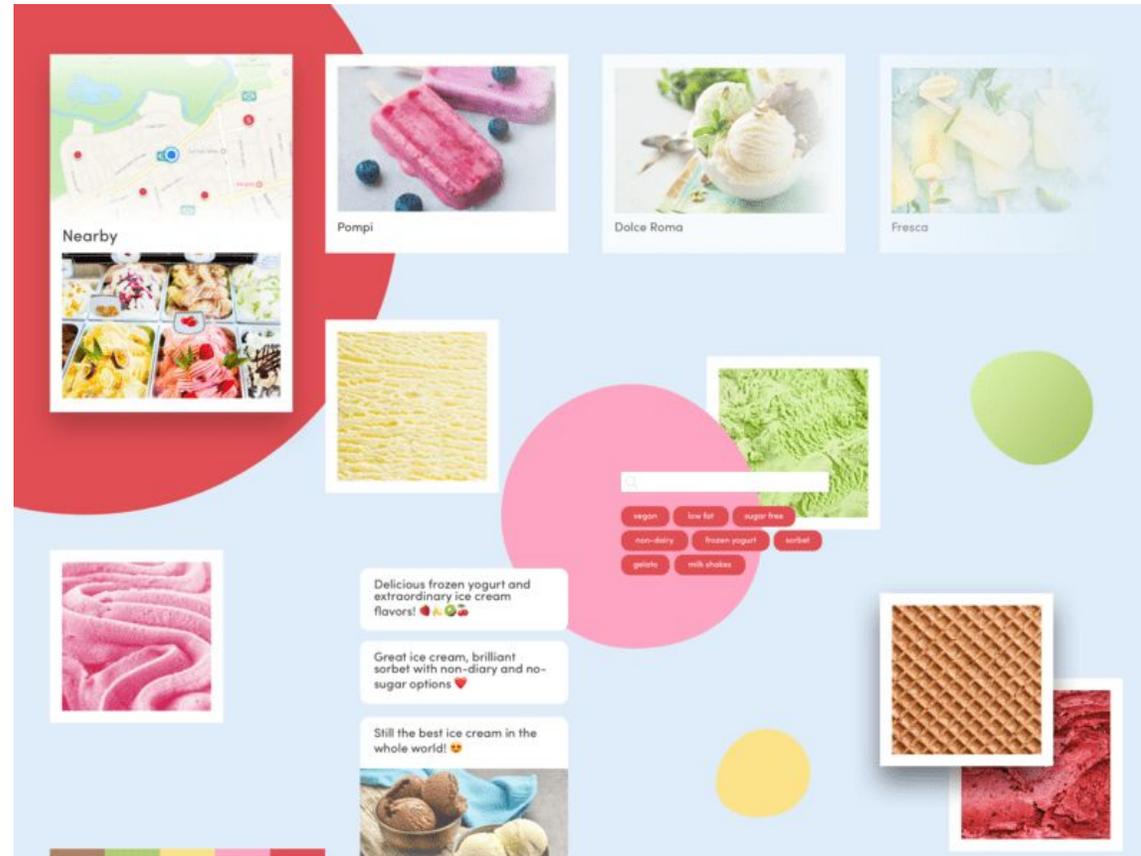
**Мудборд** (англ. moodboard - «палитра настроения») — визуальное представление дизайн-проекта, которое состоит из изображений, цветовой палитры и пр.

**Мудборды** — пачки референсов на одну тематику, собранные на одной доске (папке).

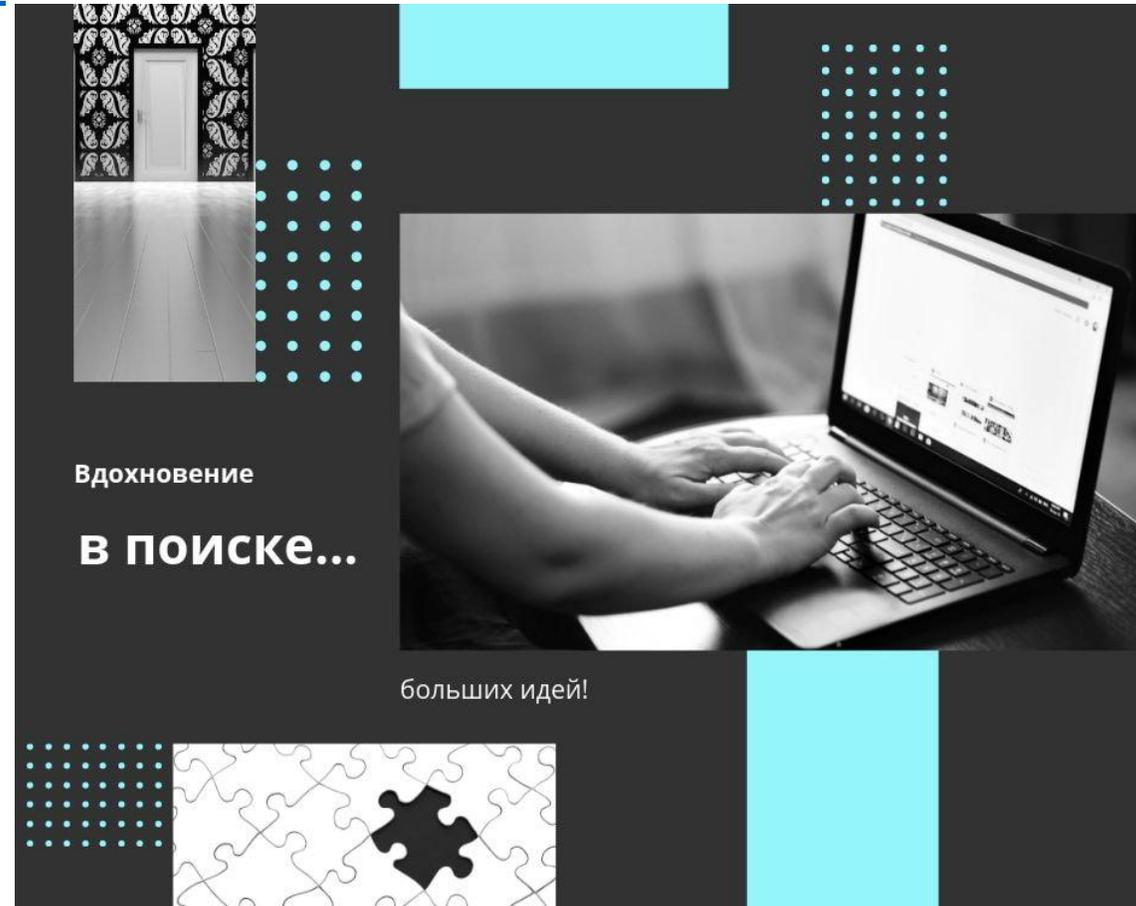


В графическом дизайне [мудборд](#) — это коллекция изображений с текстурами, элементами типографики, цветовой палитрой и цитатами. Его составляют как превью на этапе проработки концепции. Все элементы размещаются в виде коллажа на одном поле. Мудборд помогает определиться со стилем и направлением, выбрать нужное и отсеять лишнее. Собрав воедино несколько визуальных образов, дизайнер создает новый проект. Таким образом, дизайн-мудборд имеет и эстетическое, и практическое значение.

**Определитесь с задачей и стилем.** Задачи дизайн-проекта часто исходят из задач продукта, для которого создается проект. Подумайте, о чем должна говорить концепция, какие вызывать ассоциации. Это станет подсказкой к выбору стиля и цветовых решений. Единый стиль вашего дизайна поможет сделать работу визуально цельной.



**Используйте все доступные ресурсы.** Определите конкурентов продукта и посмотрите, как они решают аналогичные задачи в дизайне. Обратитесь к успешному опыту коллег: просмотр портфолио других дизайнеров (например, на [Behance](#)) может подсказать вам идеи, которые вы сможете переработать, улучшить и адаптировать к текущей задаче. Удачные примеры дизайна и фотоконтент можно найти на [Pinterest](#) и [Dribbble](#).



**Подумайте о качествах бренда.** Мудборд может включать в себя вещи, которые не имеют прямого отношения к продукту и проекту, но визуально представляют качества бренда или просто иллюстрируют определенные чувства и эстетику.



## Выделите доминанту

Определите центральный объект или доминирующий цвет в палитре, к которому будете подбирать подходящие цветовые сочетания и образы.



## Добавьте пояснения

Чтобы объяснить и улучшить визуальный посыл мудборда, добавьте короткие текстовые пояснения. Этим вы можете убить двух зайцев: прояснить значение выбранных образов с точки зрения будущей концепции и продемонстрировать шрифты, которые могут быть использованы в дизайне.

мудборд для турагентства

# "АРАБСКАЯ НОЧЬ"

**1**



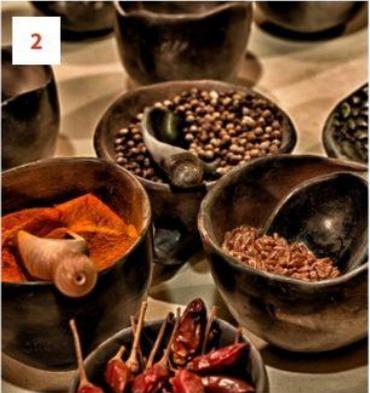
**ПУСТЫННОЕ САФАРИ**

Незабываемое путешествие по песчаным дюнам

Головокружительные виражи по крутым сыпучим барханам

Алый закат над потрясающей пустыней

**2**

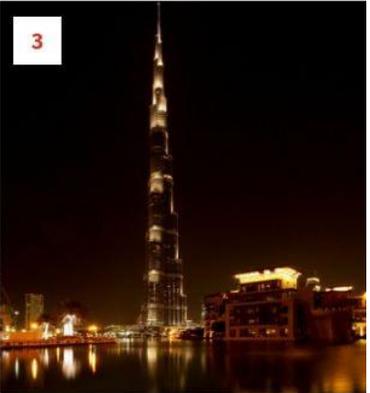


**ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР**

*"Узкой улочки нить приведет на базар,  
Где шафран, кардамон и тмин.  
Ты смотри, не зевай, смело цену сбивай  
Будь то шелк или же сатин"*

(из песни к мультфильму "Алладин")

**3**



**ФАНТАСТИЧЕСКИЙ ДУБАЙ**

Водные прогулки на арабских лодках по Дубай Марина

Экскурсия к отелю Бурдж Аль-Араб и небоскрёбу Бурдж Халифа

Шоу фонтанов и ужины в отеле Армани

## Сделайте больше

Не стоит ограничиваться одной доминантой или стилем. Предоставьте выбор себе и заказчику — создайте несколько мудбордов.



МОРСКАЯ  
ПРОГУЛКИ У МОРЯ



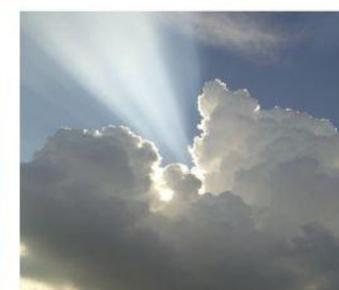
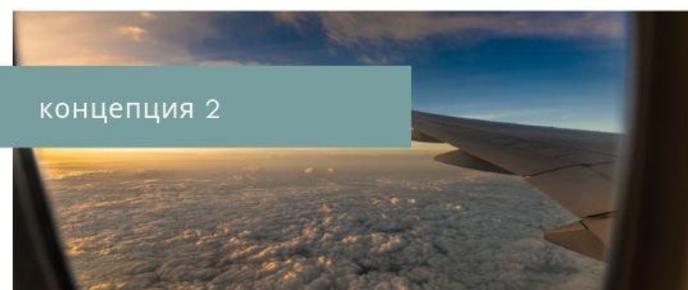
концепция 1



ОБЛАЧНАЯ  
ПОЛЁТ СКВОЗЬ ОБЛАКА



концепция 2



## Повеселитесь!

Подойдите к задаче с легкостью и хорошим настроением и получите удовольствие от процесса. Некоторым дизайнерам настроиться на рабочую волну помогает «высмеивание» задачи: когда вы впустите в сознание самые безрассудные идеи и хорошенько над ними посмеетесь, в нем освободится место для рабочих идей.



# Где можно создать мудборд?

- <https://www.canva.com/>
- В любом графическом редакторе

# Правила хорошего дизайна

- Правило №1: «Дизайн в контексте»
- Дизайн упаковки сам по себе чуда не сделает. Он принесет пользу только в том случае, если работает в контексте самого продукта, его бренда и рекламной кампании. Таким образом, дизайн не может быть изолирован от бренда. В то же время не стоит забывать об обратной силе данного правила. Когда в дизайн упаковки добавляются не присущие продукту характеристики, то потребитель поверит только раз.
- Правило №2: «Оригинальность и простота»
- Последние исследования указывают, что упаковка имеет всего три секунды, чтобы привлечь внимание покупателя. Возможно даже меньше, но не больше. За это время покупатель увидит форму, рассмотрит рисунки и прочитает наиболее крупные буквы. После этого принимается решение, интересен ли товар для дальнейшего изучения и покупки.
- Наиболее простой выход в качественном привлечении потребителей в использовании простоты и оригинальности в дизайне. Применяя данное правило важно быть непредсказуемым, так как на рынке существует много стереотипных решений. При создании упаковки можно опираться на инновационность продукта или сам бренд, не используя устоявшиеся шаблоны. Надо помнить, что непредсказуемость и оригинальность должны быть представлены в простой форме.
- Правило №3: «Удобство»
- Упаковка способна делать товары более приспособленными к интенсивной жизни клиента. Поэтому в разработке дизайна упаковки следует учитывать, насколько удобно потребителю использовать товар, хранить его, а также транспортировать домой.

# Правила хорошего дизайна

- Правило №4: «Здоровый дизайн»
- Современный человек уделяет внимание своему здоровью и здоровому образу жизни. Потребитель больше осведомлен о потребностях своего организма, учитывает полезность товара. В связи с этим должен меняться и дизайн упаковки. Она должна быть выполнена из безопасных материалов, с учетом особенностей хранения товара. Важной становится информация о составе продукта, гигиенических стандартах, рекомендациях медицинских учреждений. Необходимо также вспомнить о Правиле №1. Ведь в данном случае «дизайн в контексте» как нельзя лучше передаст идею здорового продукта.
- Специалисты указывают на необходимость использования в дизайне цветов и элементов, которые ассоциируются со здоровьем и натуральностью.
- Правило №5 «Упаковка-часть товара»
- Позитивное влияние на продажи оказывает особенность самой упаковки, ее внешний вид, легкость в использовании и удобство. Ведь если товар находится на высоко конкурентном рынке, то имея преимущество в упаковке, выбор будет сделан в его пользу. Все большую популярность набирает новый тренд - «умная упаковка», которая позволяет, например, следить за сроком годности товара, указывать температуру продукта и т.д.

# Честность в дизайне



# Домашнее задание для графического дизайна

**Задача:** разработать этикетку для экологически чистого мороженого из козьего молока вкус «шоколад»

**Конкуренты:**



**Форма упаковки:**



**Задание на неделю:**

Создать папку с референсами и мудборд на эту тематику

# Домашнее задание для графического дизайна

- [www.pinterest.ru](http://www.pinterest.ru) (создаем свои доски с рефами здесь)
- <https://www.canva.com/> (для создания мудбордов)
- Делимся ссылками на доски с референсами и мудбордами в группе

- Графический дизайн:

[https://vk.com/topic-186960186\\_40798574](https://vk.com/topic-186960186_40798574)

# Домашнее задание для промышленного дизайна

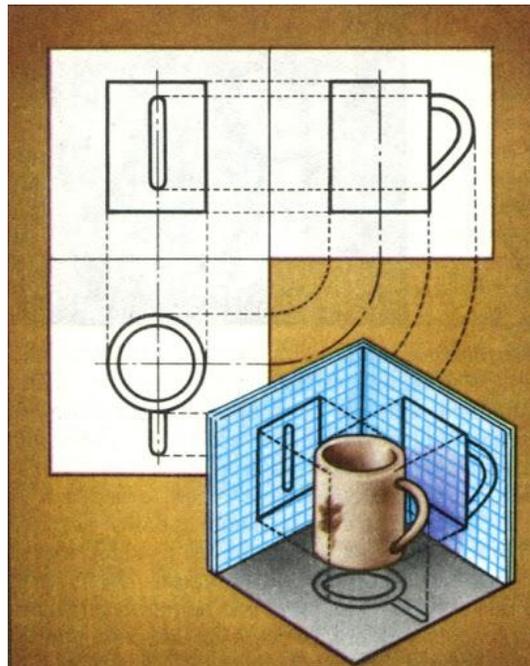
**Задача:** Необходимо разработать упаковочную коробку для предмета.

**Задание:**

- Выбрать с помощью картинки рандомайзера на стене группы предмет, для которого будете разрабатывать упаковку.
- Подумайте , для кого этот предмет? В каких случаях используется предмет? Будет ли упаковка использоваться часто или 1 раз?
- Найти предмет дома, измерить его

# Домашнее задание для промышленного дизайна

- Сделать чертеж предмета с указанием размеров (можно на одном листе: фронтальный вид, вид сверху и вид сбоку) и сфотографировать предмет



# Домашнее задание для промышленного дизайна

- [www.pinterest.ru](http://www.pinterest.ru) (создаем свои доски с рефами здесь)
- <https://www.canva.com/> (для создания мудбордов)
- Делимся ссылками на доски с референсами и мудбордами, фотографией предмета и чертежом в группе

Промдизайн:

[https://vk.com/topic-186960186\\_40798578](https://vk.com/topic-186960186_40798578)

# Ссылки почитать:

- <https://vaspurart.ru/razrabotka-novoj-upakovki-osnovnyie-etapyi-i-principyi/> (вариант паплайна разработки упаковки)
- <https://compuart.ru/article/8859> (интервью с дизайнером упаковки)
- <http://informdesign.pro/service/printdesign/label.html> (шикарная статья, рекомендую)
- [https://www.canva.com/ru\\_ru/obuchenie/pokazhi-mne-svoyu-ideyu-sostavlyаем-dizajn-mudbord/](https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/pokazhi-mne-svoyu-ideyu-sostavlyаем-dizajn-mudbord/) (про мудборды)
- <https://creativshik.com/kak-sozdat-dizajn-upakovki-kotoryj-prodaet/> правила хорошего дизайна вариант 2

# Ссылки почитать:

- <https://koloro.ua/blog/dizain/sozdat%60-dizajn-upakovki:-glavnye-pravila-i-osnovnye-sekrety.html>
- <https://www.getbrand.ru/dizajn-upakovki-klyuchevye-parametry/>
- <https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/dizajn-upakovki.-ot-idei-do-proizvodstva.html>

# Ссылки посмотреть:

- <https://www.youtube.com/watch?v=ZhLIMS6dqkg> (рассказ о разработке картонной упаковки)
- <https://www.youtube.com/watch?v=yWPZzU1WNeE> (лекция о коммуникативных функциях упаковки)
- <https://www.youtube.com/watch?v=Uca2AqZDE78> (красивое видео о разработке упаковки кофе)
- Каналы с интересными примерами готовых упаковок:  
<https://www.youtube.com/channel/UC-IRduqCJ5hww4JCHDct-hw>  
[https://www.youtube.com/channel/UCL58zPEdxrdCUAWKM3P\\_gZg](https://www.youtube.com/channel/UCL58zPEdxrdCUAWKM3P_gZg)