

Создание дизайн-концепции POS-материалов является неотъемлемой частью маркетинговой стратегии в современном ювелирном бизнесе. Учитывая высокую конкуренцию на рынке, необходимо постоянно привлекать внимание целевой аудитории к своим продуктам и бренду. Это эффективный инструмент для привлечения внимания потребителя, создания узнаваемого образа бренда и стимулирования продаж.

Список использованных источников

1. Абрамович, Н. А. Эстетические и технические особенности шрифта типа гротеск / Н. А. Абрамович, Я. В. Гуняга // Тезисы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – С. 170–171.
2. Попова, А. В., Павловская, Е. И. Проектирование логотипа для витебского зоологического парка / А. В. Попова, Е. И. Павловская // Материалы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – Т. 2. – С. 182–185.
3. Попова, А. В., Рязанов, В. О. Особенности процесса проектирования фирменного стиля для IT-компании «Мединсофт» / А. В. Попова, В. О. Рязанов // Сборник материалов Международной научно-технической конференции «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2022)»: в 3 т. / ФГБОУВО «РГУ им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». – Москва, 2022. – Т. 3. – С. 230–233.
4. Прасмыцкая, М. В. Разборка персонажей компьютерной игры на основе белорусских мифов и преданий / М. В. Прасмыцкая, Н. Н. Самутина // Материалы докладов 56-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2023. – Т. 2. – С. 185–187.
5. Самутина Н. Н. Элементы фирменного стиля и особенности стилизации героев мультипликационных фильмов / Н. Н. Самутина, П. П. Прокопенко // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 80–82.

УДК 659

ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ УПАКОВКИ ДЛЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Попова А.В., доц., Ван Илин, студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Рассмотрены вопросы, связанные с основными особенностями разработки дизайна упаковки кондитерских изделий. Проанализированы материалы упаковки, современные тенденции. Разработан и проанализирован логотип.

Ключевые слова: упаковка, кондитерские изделия, нейминг, логотип, дизайн, шрифт, китайский фарфор.

Кондитерские изделия в настоящее время являются одними из наиболее популярных продуктов, а также являются хорошим сувениром, отличаются от аналогичной продукции оригинальностью и технологичностью своей упаковки, формой и цветографическим решением. Важную роль при выборе продукта оказывает его упаковка. Именно она способна привлечь внимание, вызывает или не вызывает интерес к продукту. Потребителя привлекают необычная форма, запоминающийся стиль, приятные на ощупь материалы, желание узнать больше о содержимом. Изучение тенденции развития кондитерской отрасли показал, что потребитель хочет видеть вкусный продукт в удобной упаковке, который приносит ему пользу. В этом и состоит важная задача производителя кондитерских изделий на сегодняшний день.

Упаковка кондитерских изделий выполняет следующие важные задачи:

- защищают продукт от загрязнения;
- информируют покупателя о свойствах содержимого;
- заостряют внимание потребителя, побуждают к действию.

Упаковка для кондитерских изделий, выполненная с учетом данных задач, становится эффективным маркетинговым инструментом, за счет чего повышаются продажи производителя. Что дает ему известность, востребованность, и высокую конкурентоспособность.

В кондитерской отрасли ассортимент производимой продукции очень широк. Широкий ассортимент изготавливаемой продукции предполагает и большое разнообразие используемых упаковок. Будущий успех фасованного продукта во многом зависит от грамотного выбора типа упаковки, материала из которого она изготавливается, дизайна. Выбор обуславливается физико-химическими свойствами самого продукта, а также целевой аудиторией и ценовым сегментом, в котором данный продукт будет представлен, так как упаковывание сладостей неизменно ведет к их удорожанию, к которому потребитель не всегда готов, а также техническими характеристиками продукции.

Проект направлен на создание дизайн-концепции упаковки для кондитерских изделий, где будут разработаны логотип, серия упаковок для кондитерских изделий, рекламные материалы для продвижения данного бренда.

Актуальность состоит в том, что художественно оформленная упаковка невольно притягивает взгляд, тем самым увеличивает продажи. Именно поэтому имеет смысл разработать не только новый дизайн упаковки для кондитерских изделий, но и логотип вместе с рекламными носителями, которые также будет являться отдельным видом рекламы.

Цель проекта – разработать дизайн упаковки для кондитерских изделий.

Задачи проекта:

- изучить основные функции упаковки;
- изучить требования и этапы проектирования дизайна упаковки для кондитерских изделий;
- определить роль дизайна упаковки в рекламной коммуникации;
- проанализировать упаковку конкурентных торговых марок;
- разработать нейминг, логотип, графические элементы;
- разработать упаковку и рекламные материалы для кондитерских изделий.

Перед тем, как приступить к созданию нового дизайна упаковки для кондитерских изделий необходимо знать современное состояние упаковки этого продукта, поэтому были проанализированы предъявляемые требования. В результате было определено, что практически, вся упаковка изготавливается из картона и бумаги. Используемые материалы допущены к контакту с пищевыми продуктами, следовательно, они не оказывают негативного влияния на здоровье потребителя. При этом данные материалы обеспечивают защиту кондитерских изделий от воздействия окружающей среды, сохраняя его качество в течение необходимого срока хранения.

Проанализировав дизайн современных упаковок, было выявлено, что часто используются фотоизображения, также встречаются стилизованные изображения, присутствуют объемные композиции, включающие компоненты, придающие дополнительный вкус, например, орехи, виноград, кусочки апельсина и так далее. Установлено, что цветовые решения для серии упаковок одного бренда могут быть в виде единого цвета серии или в виде цветового кодирования.

Упаковка нового продукта должна отражать его новизну, подчеркивая эту особенность и выделяя ее среди других продуктов. Она является основным средством передачи информации, которая должна не только удовлетворить потребителя, но и вызвать с его стороны желание повторить покупку.

Одним из главных факторов, влияющих на выбор потребителя, является именно правильное оформление упаковки и ее информационной составляющей. Упаковка призвана привлечь внимание к продукту, идентифицировать его по его назначению, потребительским качествам, принадлежности к какому-то бренду, дать информацию как его использовать и заставить потребителя сделать выбор в пользу этого товара. Для кондитерского изделия на упаковке должны находиться такие элементы, как – масса нетто, срок выпуска продукции и время на ее реализацию, срок и условия хранения, состав, массовая доля, юридический адрес предприятия, товарный знак, штрих-код.

Все вышесказанное говорит о том, что на сегодняшний день упаковка, с точки зрения рекламы и маркетинга, это важный инструмент взаимодействия потребителя и производителя товара. Грамотная работа по созданию упаковки может привести к высокому уровню продаж, а также лояльному отношению потребителей к имиджу торговой марки.

Особенность предложенной концепции для упаковки заключается в том, что в качестве графической составляющей в дизайне будут использованы элементы рисунков китайского бело-синего фарфора. Керамические или фарфоровые изделия, выполненные в бело-голубой

стилистике с кобальтовой росписью, основными мотивами в росписи являются рыбы, животные, драконы, многосложные цветы, изображения людей, детей, мифологических существ в мельчайших деталях.

На данном этапе разработан нейминг для кондитерских изделий, вербальная составляющая айдентики любого бренда, который соответствует основным критериям при составлении названия:

- соответствие продукту и позиционированию;
- уникальный;
- запоминаемый.

Работая над новым неймингом, стояла задача придумать лёгкое и узнаваемое в дальнейшем название, а после – логотип. Вследствие чего был разработан нейминг 甜瓷, что означает «Сладкий фарфор» и логотип к нему.



Рисунок 1 – Логотип для нового бренда кондитерских изделий

Логотип представляет собой переработанную шрифтовую композицию. Так как название состоит из иероглифов и английского написания, через логотип важно показать наполненность. Поэтому использовался вариант заглавных букв для большей броскости, заметности и читаемости, а также техника расширения букв и их переработки. При написании дескриптора на английском языке упор сделан на шрифт для личного и коммерческого использования «Georgia Pro» (рис. 1).

Следующим этапом станет проектирование серии упаковок и рекламных материалов. Чтобы выделить новый дизайн упаковки, в качестве графического языка будут использованы образы и рисунки, относящиеся к традициям китайского бело-синего фарфора, что станет уникальным, изысканным и гарантированно не будет встречаться на упаковках конкурентов. В качестве основного колористического решения будут использованы синий и белый цвета.

Любой товар нуждается в разработке дизайнера красочной, оригинальной, запоминающейся упаковки. Эмоции, возникающие у человека при взгляде на упаковку, мотивируют на приобретение продукта и рождают приверженность бренду.

Список использованных источников

1. Абрамович, Н. А. Швейцарский интернациональный стиль в плакатах Йозефа Мюллер-Брокманна / Н. А. Абрамович, Д. Г. Маханова // Тезисы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2023. – С. 206–207.
2. Копцова, В. А. Фирменный стиль как важнейший аспект современной бизнес-стратегии / В. А. Копцова, И. Л. Кириллова // Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК-2023): сб. материалов Национальной (с международным участием) молодёжной научно-технической конференции / ИГПУ. – Иваново, 2023. – № 1. – С. 677–679.
3. Попова, А. В. Дизайн-проектирование в рекламе: конспект лекций / А. В. Попова; УО «ВГТУ». – Витебск, 2016. – 55 с.
4. Попова, А. В., Павловская, Е. И. Проектирование логотипа для витебского зоологического парка / А. В. Попова, Е. И. Павловская // Материалы докладов 55-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2022. – Т. 2. – С. 182–185.
5. Попова А. В. Сравнительный анализ дизайна упаковки зарубежных стран и РБ / А. В. Попова, Д. А. Стасюк / Материалы 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2019 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 93–96.