



Emballasjedesign

Hvorfor emballasjedesign

En optimal emballasje skal bidra med å øke salg, bedre den totale opplevelsen av produktet, styrke bedriftens identitet og merkevare, skape konkurransedyktige produkter og sikre fornøyde brukere.

Generelle begrep og krav

Emballasjens primære oppgaver er å beskytte, bevare og informere om produktet. Den skal også lette håndtering og bruk samt å øke salg. Det er viktig å ha god oversikt over hvordan emballaseløsningen fungerer i alle ledd som for eksempel produksjon, logistikk, transport, distribusjon, forbruker og gjenvinning.

Salg i butikk

Økt import av nye varer og bredere utvalg gjør det mer og mer vanskelig å skille seg ut blant konkurrentene. Differensiering er vesentlig for å få forbrukerens oppmerksomhet. De mest brukte virkemidlene for differensiering er prinsipp, form, materiale, grafikk og farge.

Funksjon

En viktig funksjon for emballasjen er prinsipper for å åpne, lukke og porsjonere. "Pakken kan alene forhindre et gjenkjøp hvis den ikke fungerer optimalt". En optimalt utviklet forpakning vil unngå skader, bruk av eksternt verktøy, søl, feilporsjonering og ødeleggelse.

Brukervennlighet

Universell design er utforming av produkter og omgivelser på en slik måte at de kan brukes av alle mennesker, i så stor utstrekning som mulig, uten behov for tilpassing og en spesialisert utforming.

Opplevelse

Noen emballasjer gir brukeren en god opplevelse utenom det vanlige, med andre ord en større verdi som ikke er målbar. Dette skjer i det brukeren interagerer med produktet, men det visuelle har ofte lagt noen føringer til forventninger om innhold og kvalitet på forhånd. Emballasje som gir brukeren en god opplevelse klarer gjerne å begeistre og overraske med måten den fungerer og presenterer innhold på.

Miljø

I utvikling av emballasje er miljø et tema som det er vanskelig å unngå. Gjennom hele livssyklusen, fra råvare til avfall, er det mange miljøaspekter som må tas hensyn til.

Aspekter til vurdering ved utvikling av emballasje er råvare/materiell, produksjonsmetode, redusere svinn, logistikk, transport, underemballering, overemballering og gjenvinning.

Kommunikasjon

For å oppnå et gjennomført resultat er det viktig å definere hvem primærbrukeren er og hvilken identitet produktet skal ha.