

DIGITALT PRODUKT

Introduktion

OPGAVEN

Vores ekportafdeling har planlagt et møde med en moderne discount-butikskæde i Europa, hvor der er planer om at vi skal være den eneste leverandør til deres Private Label marmelade.

Derfor skal de bruge en one-pager teaser konceptpræsentation, hvor jeg skal lave etiketdesigns og mockups, som et bud på hvordan vores produkter hører ind på 'Actions' hylder.

AFSENDER

Denne etiket skal være Private Label, altså afsenderen er Action. Discountkæden gør ikke brug af deres brand på deres produkter, men sælger typisk Private Label varer med moderne designs og navne der er tæt på indholdet.

MÅLGRUPPE

I dette tilfælde er der 2 målgrupper:

1. Brandet 'Action' skal føle, at designet passer til deres koncept og eksisterende varer.
2. 'Actions' kunder skal se produktet, og få lyst til at prøve det. Da 'Action' sælger lavbudget, non-food og få fødevarer fx. snacks med lang holdbarhe, er deres kunder nok mest unge, så de kan købe alle varer ved hjælp af den lave pris.

KRAV

Der skal laves 2 varianter — abrikos og jorbær, som passer til vores 'Tesco-glas' med matchende låg, da det er det billigste emballage. Designet skal være ungt, med en stil der matcher de eksisterende produkter på Actions hylder. Vi skal selv finde på "brand name".

MEDIE

Labels til fysiske og derefter digitale mockups.
Størrelsen skal passe på vores eksisterende 'Tesco-glas'.
Fysiske mål: 160mm x 59mm
PDF one-pager til præsentation.

KERNEFAGLIGHEDER

Grafisk Design
Grafik og Billedbehandling

One-pager teaser konceptpræsentation af marmelade til Action.

- 2 basic marmelade varianter: Strawberry og Apricot
- Billigst mulige glas — eks. Tesco 1:1, blot anden etiket. Kan vi også skifte låg til eksempelvis et rødt og et orange?
- Fancy label: Fruitie eller Fruitee eller fruutee eller?
- Vi skal lave design og brand name

Action er en ung og moderne discount-butikskæde med 2600+ butikker, der sælger lavbudget, non-food og nogle få fødevarer med lang holdbarhed (ambient). Action har pt. ikke marmelade på hylderne, men sælger f.eks. slik, chips, chokolade, kiks mm. Kæden er hollandsk men har bredt sig til Belgien, Tyskland, Frankrig m.fl.

JAM-CONCEPTS FOR ACTION

Proud traditions - fine craftsmanship
Good Food Group A/S produces private brand preserves, jam and marmalade. With over 60 years' experience in food preparation, our company is a world leader thanks to R&D innovation, quality sourcing, manufacturing know-how, flexibility and high standards as well as commitment to private brand solutions and B2B partnerships.

All of our fruit based products are carefully manufactured resulting in a high quality product. We produce preserves in Denmark, Sweden, Norway and Poland.

Life is full of possibilities
When it comes to deciding which concept, recipe, assortment and design to go with, your possibilities are almost endless. To help you in this process, we have developed a simple yet effective approach to quickly drill down a wide range of possible combinations.

Varieties	Product concepts	Sugar content
→ Berries (22 different)	→ Basic	→ High sugar
→ Stone fruits (21 different)	→ Premium	→ Medium sugar
→ Citrus (16 different)	→ Organic	→ Low sugar
→ Other fruits (23 different)	→ No added sugar	→ No added sugar
→ Organic fruits (20 different)		
→ Vegetables, spices and herbs		

Packaging options
We can offer many kinds of packaging and sizes.

 Jar

 Squeeze bottle

 Plastic bucket



DIGITALT PRODUKT

Grafisk design

1 BRAINSTORM

Da opgaven blev stillet, skrev jeg hovedpunkterne der skulle fokuseres på ned, så jeg kunne generere ideer.

2 INSPIRATIONSMATERIALE

Jeg fik en mail med produkter, der sælges i Action, så jeg fik en bedre idé om, hvilke designstile de oftest bruges på produkterne. Jeg fokuserede på farver, former, fonte, og brug af illustrationer/billeder. Jeg skulle også finde på et brandnavn som passede ind. Da det er marmelade der skulle laves designs til, tog jeg mest inspiration fra 'Saucee Hotsauce' og 'Coconut oil'.

Varerne appelerer til de yngre og eventyrlystne kunder, med klare, mættede farver som passer til produktets smag og type, dynamisk typografi og retro-elementer.

3 KUNDESEGMENT — MINERVAMODEL

Action er en ny og moderne discountkæde, der sælger lavbudget, non-food og fødevarer med lang holdbarhed.

Jeg har brugt Minerva-modellen til at afklare kundesegmentet og jeg har fundet frem til at størstedelen af forbrugerne og kunderne i butikskæden, er idealistiske og moderne.

4 DESIGNPROCESMODELLEN

Jeg har brugt designprocesmodellen for at gøre mine designtanker mere simple og ligetil.

Denne model bruger indsamling af information:

1. INDSAMLE — Udforskning og åbent
2. FORSTÅ — Udforskning og lukket
3. UDTÆNKE — Udvikle og åbent
4. UDFØRE — Udvikle og lukket

5 SKITSER

Jeg har lavet 6 forskellige skitser til design af etikken med udgangspunkt i illustrationer af frugt og ungdommelig typografi. Efter at have set på skitserne, har jeg valgt de 3 skitser jeg synes er mest passende for at få en konkret retning i de videregående designs.

Jeg arbejdede videre på skitserne i Illustrator for at have mere kontrol over farver, font og former.

1

Action

- ↳ ung
- ↳ moderne
- ↳ discountkæde
- ↳ Hollandsk, Belgien, Tyskland, Frankrig..

- 2 basic varianter
 - ↳ strawberry jam
 - ↳ Apricot jam
- tesco glas evt. rød + orange låg
- fancy label "Fruitee" "fruitie" "fruit"
- lav design + Brand name

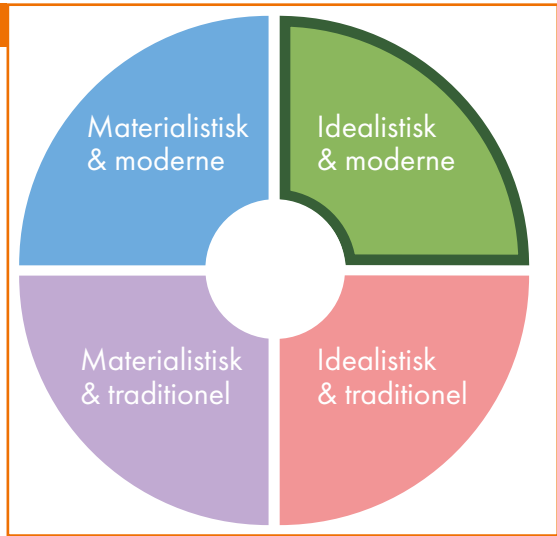
2

ACTIONS VARER

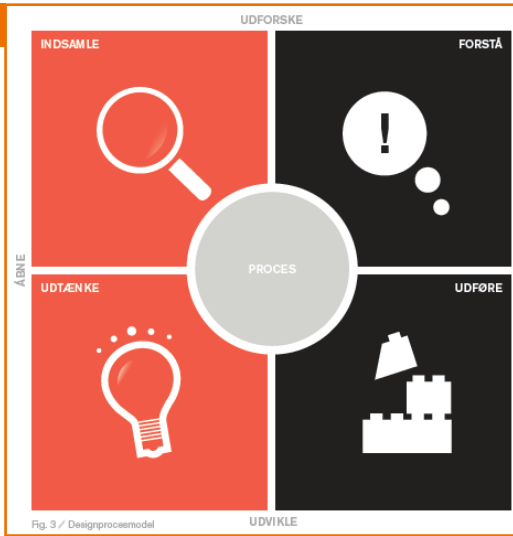


- Moderne og legende med Retro-elementer.
- Appalerer til yngre, eventyrlystne kunder

3



4



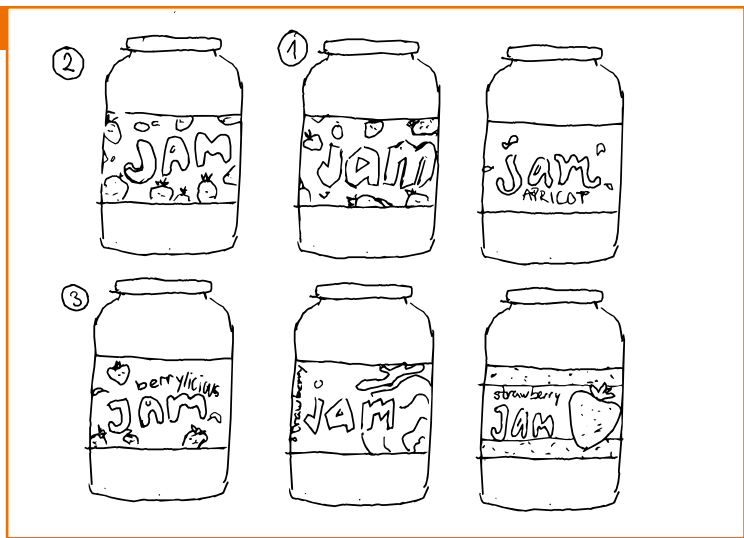
1. INDSAMLE - Eksisterende produkters designstil, navne, farver osv. Viser tendenser og målgruppe.

2. FORSTÅ - Her tager jeg informationen, skriver den ned, og noterer det, jeg mener er vigtigt og relevant for dette nuværende produkt.

3. UDTÆNKE - Her udvikler jeg forskellige ideer på designretninger, farver og navne på varerne. Dette er med hurtige skitser lavet i Illustrator.

4. UDFØRE - Her valgte jeg den bedste skitse og videreudviklede på den, med 2 korrekturer som ændrede den en del til sidst.

5



Skitse 1



Skitse 2



Skitse 3



DIGITALT PRODUKT

Grafisk design

6 GRAFISKE ELEMENTER

Jeg ønskede at inkorporere illustrationer til abrikos-marmeladen og jordbær-marmeladen. Jeg fandt vektorer på Shutterstock der havde en lidt anderledes stil som kunne tilpasses til mine designs. Den med jordbær justerede jeg i farve og form, så stilen minder mere om abrikos-vektoren, og har mere kontrast (grøn-rød). Jeg satte mætheden op på alle farverne, så der var mere kontrast.

Jeg har lavet "dråber" ud fra ordet 'Jam', der tilføjer dynamik og energi til designet, og forbinder skriften med illustrationerne i baggrunden. De symboliserer friskheden og saftigheden fra frugterne, og understreger at produktet er friskt og fyldt med smag.

7 FONT

Jeg har valgt en fed og geografisk font til "Jam", så det er det første kunden ser, da produktet findes på en hylde i en butik med mange forskellige slags produkter.

- Denne font er en håndtegnet stil, som giver den et originalt og legende udtryk, der passer ind i den moderne retro-stil jeg vil tage inspiration af til designet.
- Der er tilføjet en farvet outline der forbinder fonten med de grafiske elementer, og en mørkebrun skygge som skaber dybde og vægt til skriften samt forstærker retro-stilen.

8 FARVER

Jeg har valgt at basere farverne på hvilke frugt der er i marmeladen, så smagsvarianten hurtigt kan afkodes. Abrikos-etiketten har en varm orange tone, mens jordbær-etiketten har en rød samt nedtonet grøn farve. Baggrundsfarverne er lyse og dæmpede, hvilket skaber en god kontrast til de mere levende frugtelementer.

9 DESIGNTRENDS 2024

Jeg har taget punkter fra 2024 designtrends, jeg har undersøgt på internettet og fra mine noter fra specialefag i emballagedesign.

10 GESTALTLOVE

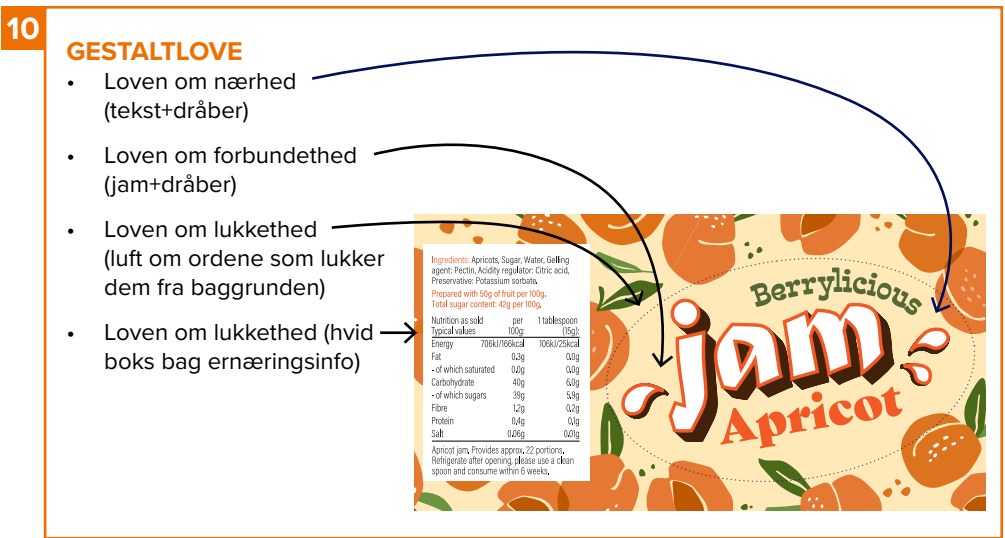
Teksten benytter gestaltloven om nærhed, samt dråberne er knyttet til ordet jam med nærhed samt loven om forbundethed. Loven om figur og baggrund bruges ved at baggrunden er nedtonet i forhold til teksten.

11 GRAFISK STIL

Den grafiske stil er retro-inspireret, med moderne twist ligesom de eksisterende varer jeg analyserede fra Actions hylder. Alle elementer i etiketten er retro-inspireret fx. grafiske elementer, font og farver, som retter sig mod yngre generationer, der søger unikke, moderne, sjove produkter, med en håndværks- og kvalitets fornemmelse.



- Friskhed
- Dynamik
- Smag
- Fremhæver "Jam"
- Appetitvækkende
- Opmærksomhed
- Legende
- Ungdommeligt

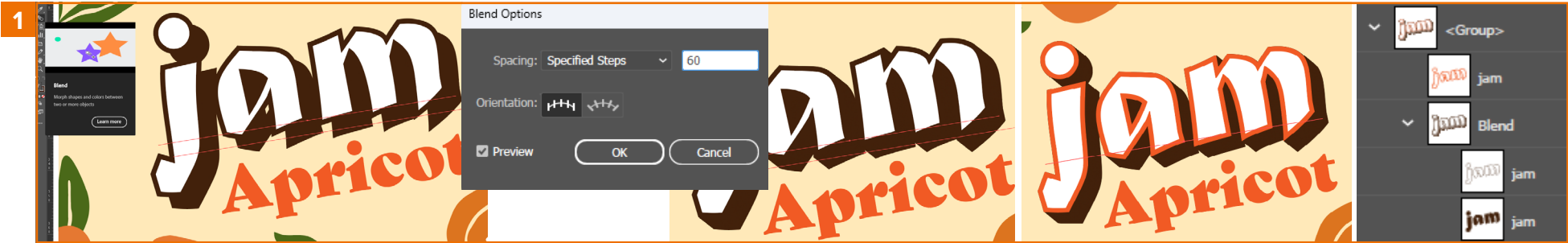


DIGITALT PRODUKT

Grafik & billedbehandling

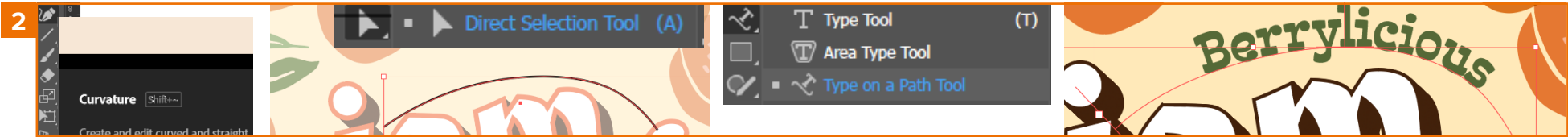
1 BLEND I ILLUSTRATOR

Jeg har lavet teksten med hvid fill color og brun outline som skyggen skal være. Derefter har jeg kopieret dette, sat fill på den samme brune farve som outline, og rykket den bagved. Jeg har valgt begge tekster, trykket på værktøjet "blend" og sat specified steps til 60 for at få en glat og jævn overgang. Efter det er gjort, kopierer jeg det samme ord og laver orange outline, og lægger det øverst.



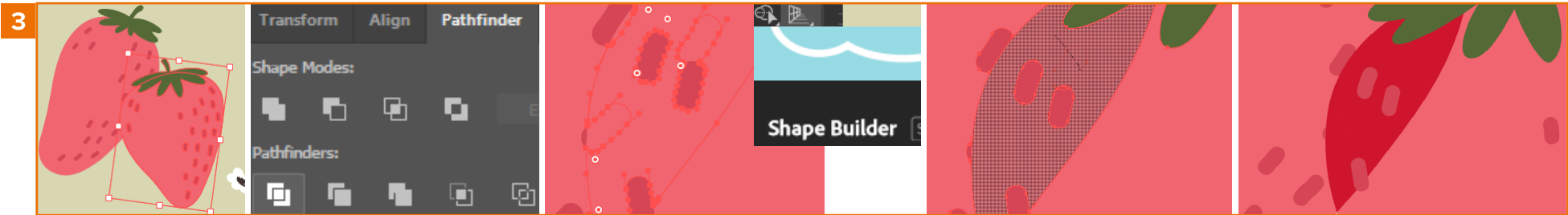
2 TYPE ON PATH

Jeg har først lavet en kurvet linje, som ordet 'berrylicious' skal følge med Curvature tool. Derefter har jeg let justeret i kurven med direct selection tool. For at tilføje teksten har jeg valgt Type on path tool. Herefter kunne jeg trække i anchor points for at justere præcis hvor teksten skulle stå.



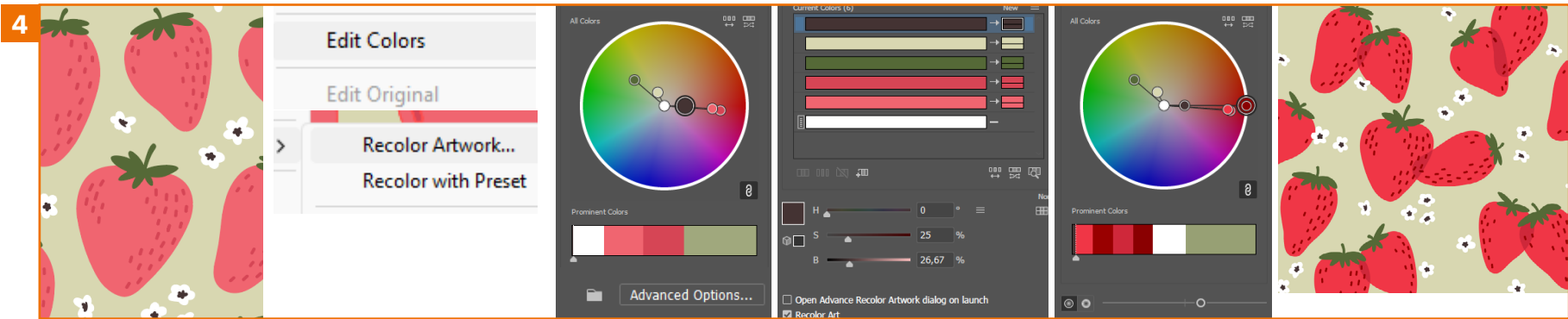
3 JUSTERING AF VEKTORGRAFIK

Jeg ville lave samme effekt på jordbærerne som abrikoserne har, hvor bærerne overlapper, og der er mørkere hvor de overlapper. Først overlappede jeg bærende som jeg ville have dem, og valgte 'Divide' under Pathfinder. Så blev den del der overlapper lavet om til sin egen path. for at få en jævn farve uden huller, skulle jeg lave de bagerste frø om til en del af denne path, som jeg gjorde med Shape builder tool. Til sidst kan jeg vælge min path og ændre farven.



4 RECOLOR ARTWORK

Da jeg ville have mere mættede farver på illustrationen af jordbær, brugte jeg Recolor artwork under 'Edit'. Derefter så jeg farvehjulet, og gik under 'Advanced' for at få mere kontrol over farvejusteringen, så jeg kan vælge de specifikke farver og skrue op for Hue, Saturation og Brightness. Den grønne baggrund skulle ikke justeres da den var fin lys og med lav mæthed. Jordbær, kernerne og de grønne toppe på dem blev mørkere og mere mættede.



5 EAN13 STREGKODE

Jeg har downloadet en extention til Illustrator og Indesign i Adobe Creative Cloud, så vi nemt kan lave EAN13-stregkoder. Jeg kopierede tallene til EAN-koden ind, valgte den ønskede font og den genererede stregkoden i et nyt vindue. Jeg kopierede den færdige stregkode ind på etiketten og dobbelttjekkede størrelsen, så den følger lovgivningen for minimumstørrelsen på stregkoder.



DIGITALT PRODUKT

Grafik & billedbehandling

6 FOTOGRAFERING AF FYSISKE MOCKUPS

Efter jeg satte etiketterne på marmeladeglassene, tog jeg dem ned i vores in-house fotorum. Jeg satte begge softboxes på lav lysniveau og pegede dem i modsatte retninger for at få et blødt lys uden genskin. Derudover holdte jeg hvid flammingo på den ene side for at kaste lyset i flere retninger, så der ikke kom hårde refleksioner i glassene.

Billederne blev taget med ISO 100, f/4, og 1/30 og på et stativ.

7 RAW FILER I PHOTOSHOP

Jeg importerede min RAW-filer fra kameraet til Photoshop, hvor Camera Raw vinduet åbner automatisk. Her kunne jeg begynde at justere lys, farver, kontrast, skarphed, fokus osv.

8 LYS/SKYGGE MED CURVES

Først brugte jeg Curve til at skruer op for lysstyrken, så lyset blev lysere og tættere på hvid, så det ligner etiketten mest. Derefter gjorde jeg shadows og darks lidt lysere, så man kunne se den røde farve i jordbærmarmeladen bedre.

9 FARVEMÆTNING

Den lysegrønne farve på etiketten er lidt for mudret og umættet, så jeg skruede op for Vibrance. Jeg skruede kun lidt op for saturation, da det hurtigt blev for meget farve på kun de mest mættede farver som jordbærene.

10 COLOR MIXER

Jeg synes stadig den grønne farve ikke passede — så jeg valgte farven på billedet med color picker i Color Mixer - Point Color. Derefter skruede jeg op for alle værdier og satte Range overlay på, for at se og justere hvor mange farver jeg justerede. Jeg satte Range på 0, så kun den grønne farve blev justeret.

11 LENS CORRECTION

Jeg satte grid på billedet i photoshop, så jeg kunne rette op skæve vinkler, da stativet i fotorummet er ujævnt. Jeg åbnede Lens correction, og indtastede kamera- og linseindstillingerne for at bruge Auto correction.

12 CONTENT-AWARE MOVE TOOL

Da etiketten på abrikos-marmeladen var sat skævt på, rettede jeg dette med content-aware move tool.

13 CLONE STAMP TOOL

Jeg gennemgik sidst hele billedet for fejl og refleksioner, og fjernede dem med clone stamp tool. Til sidst var billedet klar til at blive brugt i koncept-præsentationen for Action.

