Manual de EMBALAGEM TradPouch

por Fábio Mestriner

Volume 3

ROTEIRO PASSO A PASSO DO DESIGN DE EMBALAGEM

Gualapack
BRASIL

Apresentação

Bem vindos ao terceiro e-book da Coleção TradPouch Design, criados para oferecer aos nossos clientes informações úteis que vão ajudá-los a saber mais sobre como a boa embalagem pode ajudar seus produtos na competição de mercado.

A Gualapack Brasil, através da linha de embalagens TradPouch, oferece estes manuais para ajudar as micro e pequenas empresas a melhorarem as embalagens de seus produtos e se tronarem mais fortes e competitivas.

Fazemos isso porque a pequena empresa é muito importante para nós e por acreditarmos que só o sucesso dos nossos clientes é que nos faz prosperar junto com eles.

Ficamos felizes em oferecer esta nova edição escrita pelo professor Fabio Mestriner e produzida por nossa equipe de especialistas que nos ajudam a estar sempre ligados ao que acontece em nosso mercado e com os nossos clientes.

Nosso objetivo é contribuir para a melhora das embalagens das pequenas empresas já que boas embalagens geram mais valor aos pequenos negócios. Nossas pesquisas demonstram que as empresas que adotaram as embalagens TradPouch elevam substancialmente o desempenho de seus produtos, vendem mais e conquistam mais reconhecimento por parte de seus clientes.

Esperamos que cada vez mais empresas possam aproveitar os conhecimentos oferecidos neste e-book pois sabemos que a melhor coisa que pode acontecer a um produto, é ter uma boa embalagem!

Alan Baumgarten
Presidente da Gualapack Brasil

Sumário

Introdução

Brieffing 1

Estudo de campo 2

Estratégia de Design 5

Design Consciente 7

Integração com a Indústria de Embalagem 8

Método passo a passo do Design de Embalagem 10

Como fazer o verso trabalhar para o negócio da empresa 17

Sugestões para Design de Rótulo em algumas Categorias 19

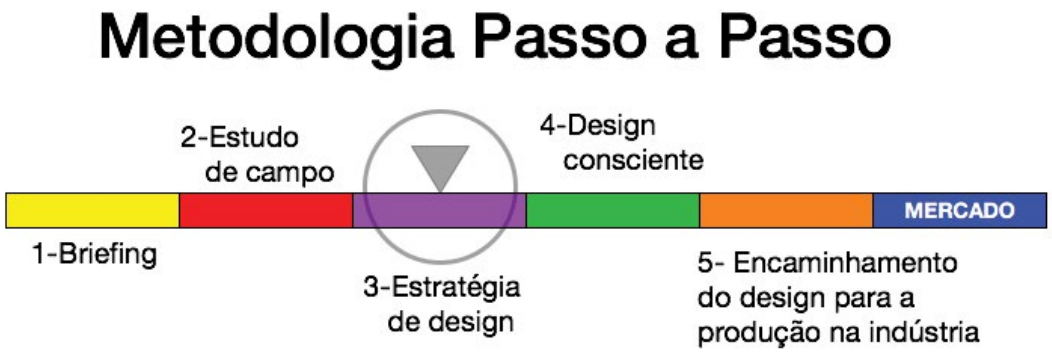
Conclusão 21

Introdução

A sequência descrita a seguir serve como orientação dos passos necessários para se desenhar uma boa embalagem. É importante seguir com rigor evitando pular etapas pois a qualidade final do projeto depende disso.

São 6 etapas que precisam ser cumpridas até se chegar a embalagem final a ser encaminhada para a indústria.

Trata-se de uma metodologia consagrada, ensinada em diversas universidades e nos cursos de design de embalagem espalhados pelo Brasil. São 18 anos de aplicação por agências e profissionais de design que atestam com seus trabalhos a eficiência deste método simples.



1. Briefing

Vamos começar com um briefing. Mesmo que já se saiba o que fazer, é importante escrever um briefing para ajudar a organizar a informação que vai dar a partida no projeto e servir de base para o que deve ser alcançado pelo desenho da nova embalagem.

Portanto, vamos escrever e preencher o melhor possível os 4 campos que compõe um briefing básico.



"Quem sabe o que esta fazendo
tem mais chance de fazer certo"

Devido a complexidade do sistema de embalagem,
dos vários agentes e estruturas envolvidas e do grande número
de informações que precisam ser consolidadas,
um briefing consistente é vital para o sucessod o projeto.

Sigam o roteiro a seguir e preencham os quatro campos da planilha de briefing com a maior quantidade de informação que conseguirem reunir.

Procurem não deixar passar nada pois todo detalhe é importante neste momento.



Depois de definir um briefing para o projeto, precisamos ir a campo para estudar "in loco" o ponto de vendo onde a embalagem será exposta e vai entrar em contato direto com os consumidores. O quadro a seguir apresenta uma visão geral sobre os requisitos básicos do estudo de campo.





Vamos começar com um briefing. Mesmo que já se saiba o que fazer, é importante escrever um briefing para ajudar a organizar a informação que vai dar a partida no projeto e servir de base para o que deve ser alcançado pelo desenho da nova embalagem.

Portanto, vamos escrever e preencher o melhor possível os 4 campos que compõe um briefing básico.



Estudo de Campo Procedimentos no Supermercado:

Nome do Estabelecimento..... Data: / /

Preencha a planilha com os dados dos produtos presentes na categoria

PRODUTO	TIPO EMBALAGEM	QUANTIDADE	PREÇO	COR	IMAGEM	DESTAQUES NA EMBALAGEM

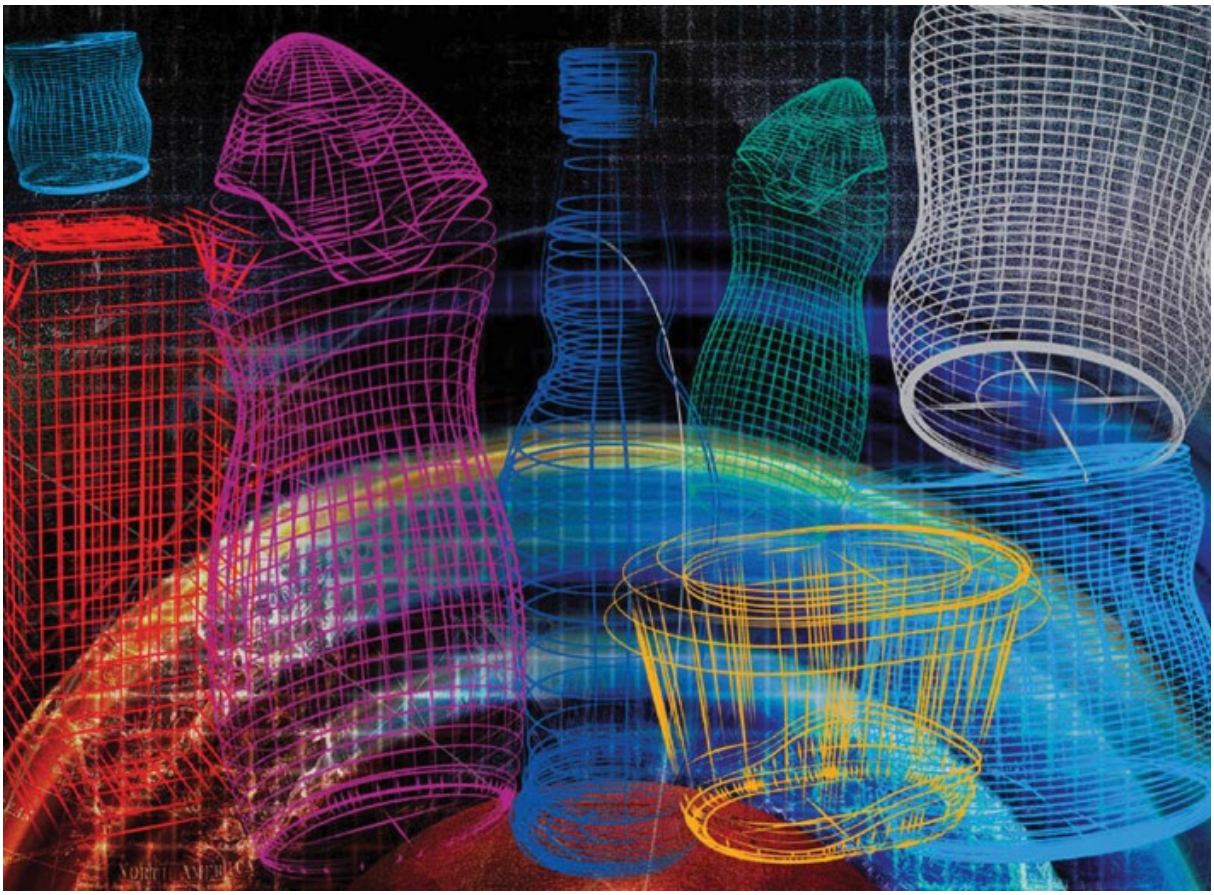
Olhando para a gôndola, observe as embalagens e identifique abaixo a que mais se destaca

Destaque da Categoria.: .....Porque? .....

ATENÇÃO: *Compare de preferência produtos com mesmo pêso ou quantidade*

A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DE CAMPO – O ponto de venda é a melhor escola que existe para quem quer estudar e aprender mais sobre embalagem. Quem tem um produto que concorre no mercado precisa adquirir o hábito de visitar frequentemente os pontos de venda não só para se manter informado como está eu produto e os seus concorrentes mas para observar os lançamentos, os kits promocionais, as embalagens especiais e principalmente para desenvolver um gosto, uma percepção própria sobre as embalagens que nos agradam, os produtos que admiramos e como as marcas líderes desenham suas embalagens e apresentam seus produtos.
O estudo de campo é a aula de quem deseja aprender mais sobre como a embalagem funciona diante dos olhos dos consumidores.

O estudo de campo é a aula de quem deseja aprender mais sobre como a embalagem funciona diante dos olhos dos consumidores.



3. Estratégia de Design



Uma vez realizado o estudo de campo, temos então o briefing e a planilha preenchida com as informações sobre a categoria e seus concorrentes e chega então o momento de se tomar a decisão mais importante do projeto que é escolher o caminho a ser escolhido com o desenho, ou seja, a Estratégia de Design.

Uma estratégia de design nada mais é que uma descrição escrita sobre como deveria ser o desenho para que contemple o que foi estabelecido no briefing e revelado no estudo de campo.

Uma descrição típica começa assim: De acordo com o que foi solicitado no briefing e o que foi revelado no estudo de campo, o desenho da nova embalagem deveria ser assim... pois esta é a melhor oportunidade que temos de ter uma embalagem forte e competitiva.

3-Estratégia de Design

A estratégia consiste na descrição sintética do que foi pedido no briefing mais o que foi verificado no estudo de campo e as oportunidades que podem ser exploradas no design.
Não se pode sair desenhado embalagem a partir de uma ideia ou com base apenas na criatividade por causa da complexidade de sua produção e utilização e principalmente, devido ao impacto que ela tem no desempenho do produto.

É preciso garantir que todos os cuidados e a atenção necessária foram tomados no projeto, assim são diminuídos os riscos de que algo importante seja esquecido ou algum equívoco seja cometido.
Este é o momento crucial do projeto e vale a pena escrever para deixar bem claro e registrado, qual é a estratégia que será adotada no desenho para que ele cumpra sua função e alcance os objetivos mercadológicos que se pretende alcançar.

Agora sim, começa o trabalho de desenho e este merecerá mais a frente um roteiro exclusivo, mas antes é preciso enfatizar que o desenho precisa ser feito de forma consciente, respeitando-se os parâmetros estabelecidos nas 3 etapas anteriores.



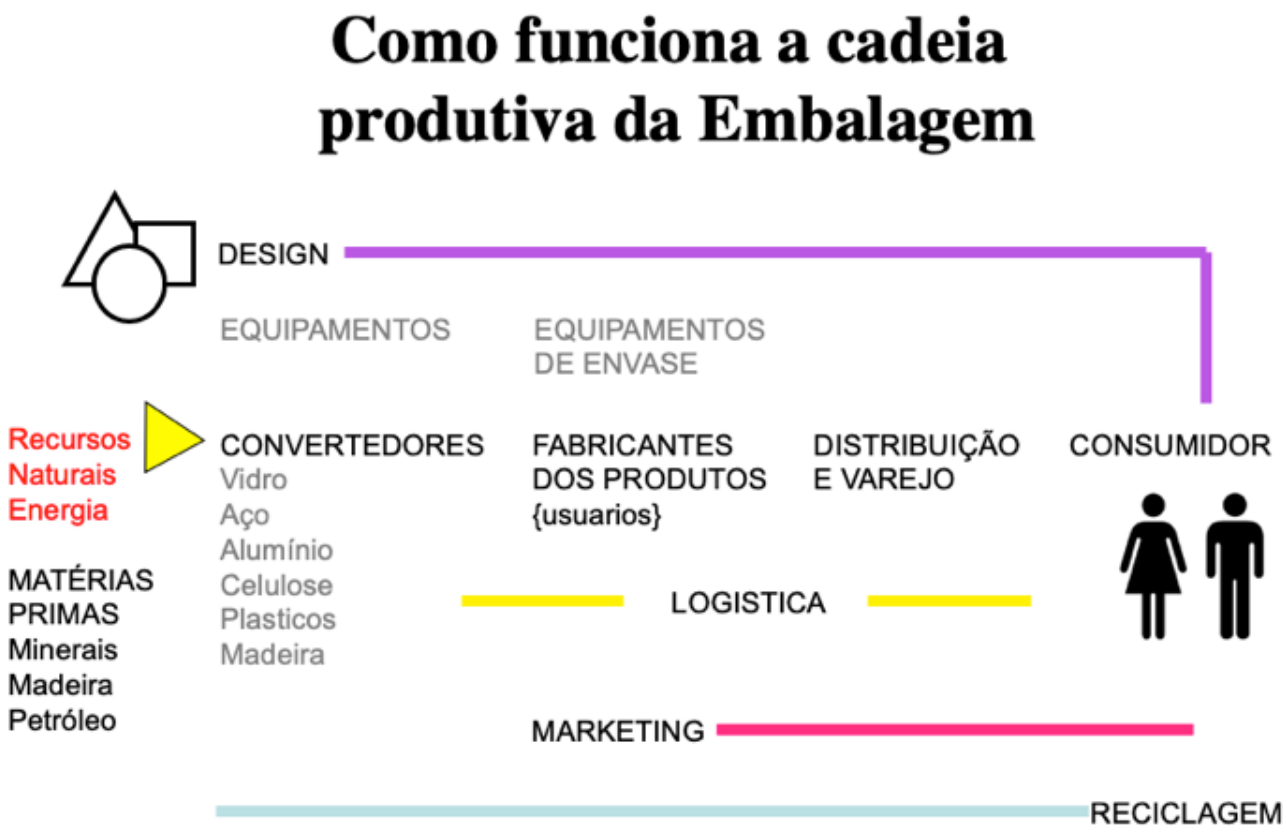
4- DESIGN CONSCIENTE

"Atitude comprometida com os requisitos estabelecidos para o projeto"

Embalagens vencedoras não acontecem por acaso.
Para alcançar o sucesso desejado, é preciso ser coerente com o que estamos buscando e para isso, o desenho precisa assumir um sólido compromisso com o que foi estabelecido até esta etapa.
O que foi definido no briefing, observado no estudo de campo e escrito na estratégia de design precisam estar presentes
Neste momento e servir de direção a ser seguida
cada detalhe daqui para a frente, até o design da embalagem estar completo, precisa atender esta premissa.
O design não é apenas o que se desenha, mas principalmente a maneira como se desenha.



5. Integração com a indústria de embalagem



O Design é o componente integrador do processo

A etapa 5 desta metodologia recomenda que o encaminhamento do projeto de design para a indústria de embalagem deve ser feito de maneira integrada, ou seja, é preciso definir o mais cedo possível quem será a indústria que vai produzir a embalagem e contar com seu apoio e participação, pois está comprovado que quando um projeto de design de embalagem é feito de forma integrada com a indústria que vai produzi-la, a qualidade melhora e o número de erros diminui.

Portanto, é altamente recomendável que a indústria seja consultada antes da conclusão do projeto e do fechamento dos arquivos para impressão para que possa ajudar e contribuir com as melhores soluções.

Antes de passarmos ao método específico para o desenho, vale apena fazer uma síntese do que foi visto até aqui:

Síntese até aqui

- O desenho é uma necessidade da sociedade humana e um mediador de suas realizações. Evoluiu com o comércio e a indústria.

- Design de embalagem é uma especialidade do desenho
- Segue uma metodologia de projeto
- É uma atividade multidisciplinar
- Um componente integrador do processo de produção
- Um componente do marketing do produto
- Relaciona-se com o consumidor e precisa coloca-lo sempre no centro da elaboração do projeto

A embalagem tem impacto no desempenho do produto no ponto de venda, sendo um fator decisivo no novo cenário competitivo



Método passo a passo para o desenho da embalagem

Agora chegou a hora de desenhar, temos um briefing que explica o que devemos buscar e os fornece informações sobre as características do produto, o mercado e os concorrentes, o consumidor e os objetivos do projeto. Os estudos de campo foram realizado e nos revelaram coisas importantes sobre a categoria onde o produto compete e sobre a apresentação visual das embalagens dos produtos concorrentes, com base nestas informações escrevemos uma estratégia de design que deverá ser atendida pelo desenho que começa agora.

Para garantir que cada detalhe da embalagem funcione em harmonia com os demais, cumprindo sua função e fazendo com que o conjunto alcance seu objetivo, elaboramos um pequeno roteiro passo a passo que apresentamos a seguir:

Passo 1 – Reunião dos Componentes do Painel Frontal

O primeiro passo é reunir separadamente todos os componentes com os quais vamos montar a o desenho da embalagem, que são os seguintes:

1 - PLANTA TÉCNICA - A planta técnica sobre a qual todos os demais componentes serão arranjados na diagramação. Este roteiro se refere exclusivamente às embalagens TradPouch rotuladas e por isso, a planta técnica deve ser especificamente a do rótulo recomendado pelo fabricante para cada tipo e tamanho do Stand Up Pouch escolhido. (uma coleção de formatos padronizados está disponível no site www.tradpouchdesign.com.br). Formatos especiais serão tratados no final deste roteiro.

2 - MARCA - O segundo componente a ser elaborado e, ou reunido nesta etapa é a marca do fabricante do produto. A marca representa o aval de confiabilidade do produto, a assinatura do dono, aquela que representa a responsabilidade do fabricante sobre o que ele produz. A Marca precisa ser forte e expressiva, por isso recomendamos que se estude como são as marcas do segmento onde a empresa atua e as marcas que são admiradas pelos responsáveis pela empresa pois temos muitos exemplos no mercado que podem servir de referência neste momento. Com o auxilio da internet podemos montar uma página com a coleção das marcas dos produtos com os quais vamos concorrer e colocar nossa marca entre elas para avaliar como estamos no conjunto. Esta avaliação preliminar serve para avaliar se a marca que temos consegue fazer frente às marcas dos concorrentes ou se ela precisa evoluir passando por ajustes e melhorias.



3 - DESIGNAÇÃO DO PRODUTO - O nome do produto é sua identidade e a forma como ele será chamado e conhecido pelos consumidores, por isso precisa estar bem posicionado na embalagem e escrito num tipo de letra que tenha personalidade suficiente para não se perder entre as demais informações do painel da embalagem. Se o produto tiver um nome fantasia, este nome deverá ser escrito na forma de um logotipo e não apenas com letras digitadas para compor a palavra. Vale a pena estudar os logotipos dos produtos que se destacam nas categorias próximas ou similares para entender como isso funciona.



4 - IMAGEM PRINCIPAL - A imagem agrega muito ao visual da embalagem e uma boa imagem, bonita e adequada ao produto, traz tantos benefícios que seria longo demais explicar, mas para entender como ela é fundamental, basta citar os inúmeros casos de categorias de produtos onde nenhum dos concorrentes utilizava imagem até que um deles acrescentou uma imagem em destaque em sua embalagem. As vendas deste concorrente dispararam e os demais foram obrigados a evoluir suas embalagens acrescentando imagens para não ficar para trás. Existem casos comprovados onde a inclusão de uma imagem adequada ao produto fez as vendas aumentarem mais de 25%. Portanto se a decisão é colocar uma imagem, é preciso selecionar com muita atenção e cuidado a imagem que melhor representa o que o produto é, o que ele significa e qual o principal benefício que ele proporciona a seus consumidores, ou seja, aqueles que vão pagar por ele e que vão utiliza-lo.



5 - ATRIBUTO DO PRODUTO A SER DESTACADO - Todo produto tem algo que merece ser destacado, uma das piores coisas que pode acontecer a um produto é não ter nada a dizer sobre si mesmo, sobre suas qualidades ou sobre a empresa que o fabricou. As pesquisas demonstram que produtos que não tem nada a dizer são pobres em informação e acabam sendo superados pelos concorrentes que sabem comunicar seus atributos e diferenciais. Portanto, é preciso procurar no produto e no fabricante aquilo que merece ser destacado na embalagem e, mais uma vez, vale a pena analisar o que está sendo destacado tanto nas embalagens dos concorrentes quanto nas embalagens que admiramos.



6 - INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES - Detalhes, lembretes, advertências, cuidado e outras informações que se considera importante sobre o produto e que o consumidor deveria saber, devem ser acrescentadas ao painel frontal, tendo o cuidado de não poluir a embalagem nem fazer com que estas informações compitam com as principais.

Passo 2 – Diagramação do Painel Frontal da Embalagem



A diagramação é que vai fazer com que todos os componentes ocupem seu lugar no painel e tenham o tamanho e a localização condizente om sua importância no conjunto das informações.

Antes de dispor os componentes sobre a planta técnica, é preciso decidir em função da estratégia de design, a hierarquia das informações, ou seja, qual é a informação mais importante, a número 1 e quais são as demais, número 2, 3 e assim por diante...

Minha recomendação é que todos os componentes devem ser dispostos no painel e organizados numa ordem hierárquica. Só depois de todos os componentes posicionados é que se deve trabalha-los, aumentando e diminuindo o tamanho e mudando de posição caso for necessário.

Primeiro monte a embalagem até o fim e depois mexe e arruma.

ELEMENTO PRINCIPAL – Uma vez definido qual será o elemento principal, este deverá ocupar uma posição de destaque e ficar nitidamente em evidência se sobrepondo aos demais elementos do painel.

O elemento principal pode ser a marca, o nome do produto ou a imagem, o segundo destaque e o terceiro preciso estar proporcionalmente nesta hierarquia, não se deve tentar destacar todas os componentes na mesma intensidade pois o painel fica tumultuado e a clareza da informação acaba prejudicada.

A COR é outro elemento fundamental no conjunto. Todo produto deve ter uma cor e a escolha deste elemento tem implicação em tudo o que vai acontecer no painel.
Ao olharmos para o conjunto diagramado, precisamos ser capazes de afirmar sem ficar em dúvida, qual é a cor da embalagem.

Se houver dúvida, é preciso corrigir e enfatizar uma cor para que ela predomine.
Depois de montado o painel o ideal é tirar diversos prints, montar na embalagem e coloca-las lado a lado como ficarão na prateleira para se visualizar o efeito de repetição pois é assim que o consumidor vai encontra-las no ponto de vendas.
Ao observar a repetição, pode-se fazer ajustes que favoreçam a integração das embalagens no conjunto.

Deve-se também levar esta embalagem montada com o print ou “Mock-up”, como chamamos, para o ponto de venda e coloca-la na prateleira para ver o resultado real que ela vai produzir no ponto de venda.

Vale lembrar, que em hipótese alguma, esta embalagem pode ser inferior às demais que estarão a seu lado. Precisamos garantir que nossa embalagem seja melhor ou no mínimo equivalente às embalagens dos concorrentes.

Passo 3 – Diagramação do verso da Embalagem



Embora muito acreditem que o verso constitui um custo desnecessário que pode ser evitado colocando-se todas as informações obrigatórias no painel frontal, essa crença não poderia estar mais equivocada.

O verso constitui parte importante da embalagem e tem diversas funções. A primeira delas é limpar o painel frontal para que ele trabalhe apenas para chamar atenção sobre o produto, explicar ao consumidor as suas qualidades, despertar o desejo de compra e agregar significado e valor ao produto para ajuda-lo a vencer a barreira do preço.

O verso também contribui quando bem utilizado para tornar o produto mais completo pois sua falta é percebida pelo consumidor acostumado que é a lidar com os produtos líderes e produtos competitivos cujas embalagens tem verso. Portanto, para o consumidor, embalagem que não tem verso não está completa pois falta alguma coisa com a qual ele já está acostumado a encontrar nos demais produtos que consome.

Mas o verso não pode ser utilizado apenas para conter as informações obrigatórias pela legislação, ele pode ser utilizado para levar informações que ajudem o produto e a empresa, sejam textos complementares como ações de marketing.

COMO FAZER O VERSO TRABALHAR PARA O NEGÓCIO DA EMPRESA

1 - Conexão com a WEB - Se a empresa tem um site e deseja que os consumidores o visitem, não basta colocar o www junto ao endereço da empresa, é preciso convidar o consumidor. Chamadas em destaque do tipo: "Visite nosso Site e saiba mais". Visite o site e baixe receitas, manuais, apostilas...apresente motivos para que o consumidor visite o site?





2 - Anúncio de outros produtos - Se a empresa tem outros produtos, o melhor lugar para anuncia-los é sua embalagem. O convite para o consumidor conhecer a linha ou outro produto da empresa deve constar no verso.

3 - Mais Informação - Os atributos do produto podem ser melhor explicadas e destacadas no verso.



Ideias criativas de utilização do verso podem ser encontradas nas embalagens dos supermercados. Vale a pena estudar no ponto de venda pois muitas coisas interessantes podem ser encontradas nos versos.



SUGESTÕES PARA O DESIGN DE RÓTULOS EM ALGUMAS CATEGORIAS

A coleção de rótulos TradPouch apresenta alguns exemplos de rótulos criados especialmente para ilustrar este e-book.




Feliz dia dos
PAIS


Doces & Cia.
Pirulito
Balas
Chocolate
Brinquedo


Algodão Doce
Me leve com você!
Algodão Doce
ROSA


Doce &Cia.
Contém
Corante e
aromatizante
artificial
BALA DE
GOMA
Indústria Brasileira
300g


FLORAL
VITAL
SABONETE

Recomendações Finais

"A MELHOR COISA QUE PODE ACONTECER A UM PRODUTO, É TER UMA BOA EMBALAGEM"



Como dissemos no início, o objetivo deste e-book é contribuir para que os clientes Gualapack que utilizam o Stand Up Pouch TradPouch obtenham melhores resultados com suas embalagens.

A embalagem na maioria das vezes, é o único recurso ou ferramenta de marketing que as micro e pequenas empresas dispões para apoiar seus produtos na batalha que eles terão pela frente nos pontos de venda e na conquista dos consumidores.
As empresas precisam ajudar seus produtos a vencer e a melhor maneira de fazer isso é investir em embalagens de melhor qualidade porque o consumidor brasileiro está acostumado a encontrar no mercado embalagens de nível internacional produzidas pelas melhores e líderes globais nas principais categorias de consumo.

As micro e pequenas empresas não precisam mais ter embalagens precárias, improvisadas e inferiores. Embalagem de pequena empresa não precisa ser "pequena" através de suas embalagens a elas podem ser grandes aos olhos de seus consumidores.

Estamos felizes em oferecer estas informações aos nossos clientes e ajuda-los a alcançar bons resultados com melhores embalagens pois acreditamos que só a prosperidade dos nossos clientes é que nos faz prosperar.



Professor Fabio Mestriner
Autor de livros didáticos adotados em mais de 30 universidades do país.
Como designer, conquistou vários prêmios internacionais

TradPouch
EMBALAGEM PRÁTICA

Somos uma empresa do Grupo Gualapack especialistas em embalagens stand-up pouch.

Temos soluções ideais para diferentes tipos de produtos.

Atendemos pequenas tiragens e oferecemos serviço de aplicação da sua marca, ideais para pequenas e médias empresas.

Faça seu orçamento sem compromisso, clique aqui e peça contato de um de nossos consultores especialistas.

Gualapack
BRASIL