

9 inspirativních designových trendů

Trendy jsou zvláštní věc. Některé se udrží po celé roky, jiné se jen blýsknou a zmizí stejně rychle, jako se objevily. A některé se postupem času vyvíjí a mění. Design je jedním z jejich hnacích motorů a zároveň je trendy sám formován. Konkrétně obalový design se soustředí na utváření osobních zážitků (jako je například zážitků z rozbalování), jež spotřebitele se značkou propojují na hlubší úrovni. V současnosti obalovým designem do velké míry hýbe těchto devět trendů:

1. Jednoduše, výrazně, jasně

Trend, který můžeme nazvat „návrat k základům“, se hlásí o slovo celkem pravidelně. V letošní verzi se projeví ještě výrazněji než dřív a na spotřebitele tak zapůsobí silněji.

Nakupující v dnešním uspěchaném světě často nemají čas dopodrobna zkoumat každý výrobek. Soustřeďte se na základní prvky a informace a zajistěte, aby spotřebiteli pomáhaly činit lépe informovaná rozhodnutí. Prostý, čistý a jasný design dokáže nejen předat podstatné informace, ale svou jednoduchostí váš produkt navíc vyzdvihne nad ostatní výrobky v regálu.

2. Jedinečné fonty

Snad každý designér si rád vyhrne rukávy a zpracuje část svého návrhu ručně. Kromě toho, že se do své práce osobněji promítne, tím navíc designu dodá nádech přirozenosti: drobné nedokonalosti, jako jsou nepravidelné linie nebo překvapivé struktury, mohou výrobku dodat na vřelosti, odlišit jej od dokonale digitálně zpracovaných produktů a zajistit mu tak jedinečnou pozici v prodejně. Díky této vřelosti působí výrobek přírodně nebo jako ručně vyráběný a ve spotřebiteli může vyvolat pocit nostalgie a usnadnit navázání citové vazby k dané značce.

3. Pestrobarevnost

Není žádným tajemstvím, že barvy dokážou navozovat emoce a ovlivňovat rozhodování o nákupu. Proto byla volba vhodných barev při navrhování obalu vždy jedním z nejdůležitějších rozhodnutí. Designéři začali v poslední době barvy využívat novými zajímavými způsoby. O slovo se v regálech hlásí zářivé barvy a pestrobarevné kombinace.

Jedním konkrétním projevem tohoto trendu je využívání barev k odlišení jednotlivých výrobků ze stejné produktové řady. Nakupující si třeba nezapamatuje název nebo číslo své oblíbené příchutě, ale jistojistě si zapamatuje, jestli byl obal jasně tyrkysový nebo sytě fialový. Psychologie barev tak v designu nachází nové uplatnění – vhodně zvolené a efektivně využití barvy by mohly nahradit znatelnou část textů.

4. Opakující se vzory

Krásné, dobře zvolené vzory mohou obyčejný obalový design pozvednout na výjimečný. Ačkoli se použití opakujících se tvarů nebo vzorů může zdát příliš prosté, při správném užití lze touto technikou dosáhnout vysoce dynamického a působivého efektu.

Opakováním vizuálního motivu, který vystihuje podstatu vaší značky, můžete spotřebitele účinně oslovit. Ať již použijete vzor výrazný nebo hravý, promyšleným začleněním do obalového designu můžete značce vytvořit silnou identitu, která spotřebitelům utkví v paměti.

5. Příběhové ilustrace

Každý design má svůj příběh. Lidé vyhledávají a zamilovávají si příběhy, které jsou jim blízké. Tuto skutečnost konečně začíná pomoci příběhových ilustrací zužitkovávat také obalový design. Stylové ilustrace umí člověka přenést do světa fantazie, jako například obaly pro SmashMallow z dílny Owena Daveyho. Stejným, okouzlujícím způsobem spotřebitele vtahují a oslovují také etikety výrobků Elderbrook, které jsou nedílnou součástí celkové identity této značky.

Ilustrace si tedy opět vydobývají své právoplatné místo v arsenálu obalových designérů. V tomto roce bychom měli vídat více pečlivě zpracovaných ilustrací s bohatým obsahem, které nám připomenou dávno zapomenuté příběhy nebo naopak představí příběhy zbrusu nové, čekající na objevení.



6. Poštovní zásilky

Vzpomínáte, jakou radost ve vás kdysi vzbuzovaly čerstvě doručené zásilky?

Tato zkušenost je kvůli rozmachu stále rychlejších a efektivnějších způsobů komunikace čím dál tím vzácnější. Situaci však přichází zachránit nový trend speciálních zásilkových obalů.

Například značka Kokomo používá pro každou ze svých kávových směsí individualizované známky, které produktům dodávají na autentičnosti. Neobvyklé obaly jisté lucemburské cukrárny na zmrzlinu, sušenky a dorty zase na první pohled evokují nostalgii a kolemjdoucí neodolatelně svádí ke koupi.

7. Vynalézavá okénka

Klasické obaly svůj obsah zpravidla schovávají, současní designéři však začali experimentovat s výseky, které zabalené výrobky kreativně využívají k jejich prezentaci. Okénko umožňuje produkt nejen ukázat, ale navíc využít k ozvláštňení obalu, ať již prostřednictvím přidaného hmatového vjemu, nápodoby loga dané značky či vtipné nebo zajímavé kombinace obsahu s grafickou úpravou. Promyšleně využitá okénka dokáže zastavit kolemjdoucí spotřebitele a přimět je seznámit se s vaším výrobkem.

8. Duch minulosti

Minulostí inspirovaný obalový design, tedy ve stylu „vintage“, se každý rok (poněkud paradoxně) vyvíjí skrze nově používané technologie a materiály. Tento styl má v sobě cosi, díky čemu dokáže oslovit spotřebitele napříč mnoha desetiletími. U lidí, kteří danou dobu zažili, vyvolává nostalgické vzpomínky, zatímco u mladších generací uspokojuje touhu po objevování věcí minulých.

Klíčem k vytvoření úspěšného „vintage“ obalu je najít rovnováhu mezi starým a novým. Například Makers & Merchants svými obaly navozují pocit nostalgie a přitom si zachovávají elegantně moderní vzhled.

9. Ekologické obaly

Ekologické, biologicky rozložitelné, přírodní, udržitelné... Nazývejte tato řešení, jak chcete, faktem však zůstává, že zelený trend je již nedílnou součástí světa obalů. Kromě neoddiskutovatelného přínosu pro ochranu životního prostředí navíc společností šetří náklady a pomáhá získávat zákazníky.

Švédská designová agentura Tomorrow Machine vytvořila

samorozpínací misku, která se

vyznačuje hned několika vysoce ekologickými rysy: šetří prostor, je vyrobena ze 100% biologicky rozložitelného materiálu a umožňuje vícero využití. Značka **method**, jeden z průkopníků udržitelného designu, zase prodává výrobky v lahvích vyrobených z recyklovaného plastu vyloveného z oceánu.

K ekologickým obalovým řešením využívajícím recyklovatelné materiály, ideálně z obnovitelných zdrojů, se přiklání stále více značek spotřebního zboží. Doufáme, že tento trend bude každým dalším rokem nabývat na síle a významu, protože z něj mají kromě přírody užitek také všechny zúčastněné strany.

Závěr

Nehledě na to, zda nám rok 2018 dá v těchto tipech za pravdu, mějte na paměti, že obalový design by měl vždy usilovat o jednoduchou, autentickou a smysluplnou komunikaci. Trendy se objevují a zase mizí (aby se později znovu vynořily) a nejsilněji jsou schopny působit tehdy, když pomáhají vyjadřovat hodnoty značky a navazovat vazby mezi značkou a spotřebiteli. Přejeme kreativní nový rok 2018 plný nezapomenutelných obalů!

www.99designs.com