

CARAMEL
CUPCAKE

ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ

ΓΕΩΡΓΙΑ ΧΕΙΡΧΑΝΤΕΡΗ

ΜΑΡΙΑΝΝΑ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΥ

ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ



ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Κουστένη-Χατζηϊωάννου Σίλα-Παρασκευή του Μιχαήλ, με αριθμό μητρώου 12001 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών & Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Η Δηλούσα



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Σχεδιασμός πρωτότυπης εταιρείας
παρασκευής curcake

Σπουδάστρια: Κουστένη-Χατζηϊωάννου Σίλα-Παρασκευή
Α.Μ 12001

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ Χειρχαντέρη Γεωργία

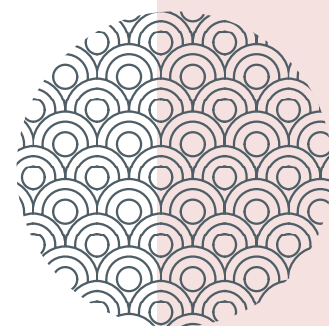
Μάρτιος 2021

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πολλοί άνθρωποι στις μέρες μας γνωρίζουν τι ακριβώς είναι τα cupcakes και πόσο ευρέως γνωστά είναι σε όλο τον κόσμο. Καταναλώνονται καθημερινά και εντυπωσιάζουν με την εμφάνισή τους όλες τις ηλικίες. Η μαγειρική είναι ένας τεράστιος κόσμος φαντασίας και σίγουρα μέσα σε αυτόν υπάρχουν οι γλυκιοί πειρασμοί, και τι καλύτερο από ένα cupcake.

Σε αυτή την πτυχιακή εργασία, θα παρουσιαστούν αναλυτικά όλα τα στάδια δημιουργίας της εταιρείας CARAMEL CUPCAKE.

Αυτό το βιβλίο καταδεικνύει την ιδέα της διατριβής και τη διαδικασία σχεδιασμού, καθώς και την ανάπτυξη του προϊόντος.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

01

Θέμα-Περιγραφή των
σημαντικότερων
στοιχείων

7

02

Διαδικασία σχεδιασμού
λογοτύπου - Εταιρική
ταυτότητα

13

03

Σχεδιασμός
συσκευασίας

45

04

Πρωθητικά προϊόντα
μέσα

55

05

Βιβλιογραφία
Πηγές

81



01

Θέμα - Περιγραφή
των σημαντικότερων
στοιχείων

CUPCAKE

Σε αυτό το κεφάλαιο θα μιλήσουμε για το θέμα και λίγο για την ιστορία του, καθώς θα δούμε και τα σημαντικότερα στοιχεία που το αποτελούν.



ΘΕΜΑ

Το γλυκό που έγινε μανία! Το παραδοσιακό γλυκό των Αμερικανών που έχει αποκτήσει χιλιάδες φανατικούς οπαδούς σε όλο τον πλανήτη και έχει γίνει η νέα τάση στη ζαχαροπλαστική! Τα τελευταία χρόνια μάλιστα έχει γίνει το ιδανικό κέρασμα για γάμους, βαπτίσεις και πάρτυ γενεθλίων. Το καπ κέικ (cupcake) είναι ένα μικρό κέικ σε μέγεθος κούπας, ώστε να μπορεί να καταναλωθεί από ένα άτομο και είναι διακοσμημένο με γλάσσο ή άλλου είδους επικάλυψη.

Η πρώτη αναφορά στη διαδικασία παρασκευής του καπ κέικ εντοπίζεται το 1796, στο βιβλίο της Αμέλια Σίμονς "American Cookery", στο οποίο αναφέρεται συνταγή με τίτλο "Ένα ελαφρύ κέικ που ψήνεται σε μικρές κούπες". Η πρώτη αναφορά του όρου cupcake (κάπ κέικ) υπήρξε το 1828 στο Βιβλίο Συνταγών της Ελίζας Λέσλι "75 Συνταγές για Γλυκά, Κέικ και Γλυκίσματα".



ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ

Σχετικά με την προέλευση του ονόματος υπάρχουν δυο θεωρίες. Σύμφωνα με την πρώτη, το όνομα προέκυψε από το γεγονός ότι τα καπ κέικς ψήνονταν σε κούπες. Αυτός ο τρόπος ψησίματος μάλιστα ήταν επαναστατικός για την εποχή, καθώς μείωνε δραστικά το χρόνο ψησίματος κάνοντάς τα ιδιαίτερα εύκολα και προσιτά. Σύμφωνα με τη δεύτερη θεωρία, τα υλικά που απαιτούνταν για την παρασκευή τους, έπαψαν να ζυγίζονται, όπως συνέβαινε μέχρι τότε, αλλά ξεκίνησαν να μετριούνται σε φλυτζάνια του τσαγιού (cups). Φημολογείται επίσης ότι στην αρχή ονομάζονταν κέικ "1234", όνομα που προέκυψε από τη βασική συνταγή, η οποία περιελάμβανε 1 κούπα βούτυρο, 2 κούπες ζάχαρη, 3 κούπες αλεύρι και 4 αυγά.

Αυτή είναι η συνταγή πάνω στην οποία βασίζονται τα cupcakes ακόμα και σήμερα, με πολλές όμως προσμίξεις και διαφόρων ειδών επικαλύψεις που ξεπερνούν κάθε φαντασία. Τα cupcakes σήμερα είναι τόσο δημοφιλή που υπάρχουν ολόκληρα καταστήματα τα οποία πουλούν αποκλειστικά και μόνο καπ κέικς. Ταυτόχρονα δεν είναι λίγα τα περιοδικά, τα βιβλία και οι ιστοσελίδες που είναι αφιερωμένα αποκλειστικά σε αυτά τα αφράτα γλυκάκια με την ελκυστική διακόσμηση.





02

Διαδικασία σχεδιασμού
λογοτύπου - Εταιρική
ταυτότητα

CARAMEL CUPCAKE

Σε αυτό το κεφάλαιο θα δούμε όλα τα στάδια σχεδιασμού του λογοτύπου και την εταιρική ταυτότητα που προέκυψε μαζί με όλες τις πηγές που οδήγησαν στο αποτέλεσμα αυτό.



PAVLIN
BAKERY

Το λογότυπο αυτό δημιουργήθηκε από τη Νατάσα Αλεντσέβα, μια γραφίστρια από τη Ρωσία. Το brand αυτό είναι φανταστικό, έγινε στα πλαίσια ενός δικού της project και είναι απλό, minimal και άκρως δημιουργικό. Το γεγονός ότι δεν επέλεξε να σχεδιάσει κάτι σχετικά άμεσο με προϊόντα ενός φούρνου είναι αυτό που κεντρίζει το ενδιαφέρον. Η χρωματική παλέτα ταιριάζει τέλεια με το παγώνι που είναι και το κυρίαρχο σχέδιο του λογότυπου.



PAVLIN
BAKERY



Το ζαχαροπλαστείο fresh είναι από τα πιο γνωστά Ελληνικά ζαχαροπλαστεία των τελευταίων χρόνων, με μεγάλη αναγνώριση και εγγύηση στην ποιότητα που προσφέρουν. Οι πιο αγνές πρώτες ύλες, χωρίς συντηρητικά και υποκατάστατα, συνεργασίες με κορυφαίους Έλληνες και Γάλλους chef, αλλά και όλες οι νέες τάσεις της παγκόσμιας ζαχαροπλαστικής, είναι μόνο μερικά από τα στοιχεία που έχουν καθιερώσει το fresh ως το κορυφαίο brand της εγχώριας patisserie. Καταστήματα μινιμαλιστικής αισθητικής, με το γλυκό να αποτελεί το κέντρο του χώρου. Με ξεκάθαρη χρήση μόνο της τυπογραφίας στο σχεδιασμό του λογοτύπου, έχει καταφέρει να το κάνει να φαίνεται όντως τόσο φρέσκο και αξιόπιστο χωρίς να χρειαστεί να χρησιμοποιήσει τίποτα άλλο, παρά το όνομα της εταιρείας.

LIFE IS SWEET
when you SHARE it



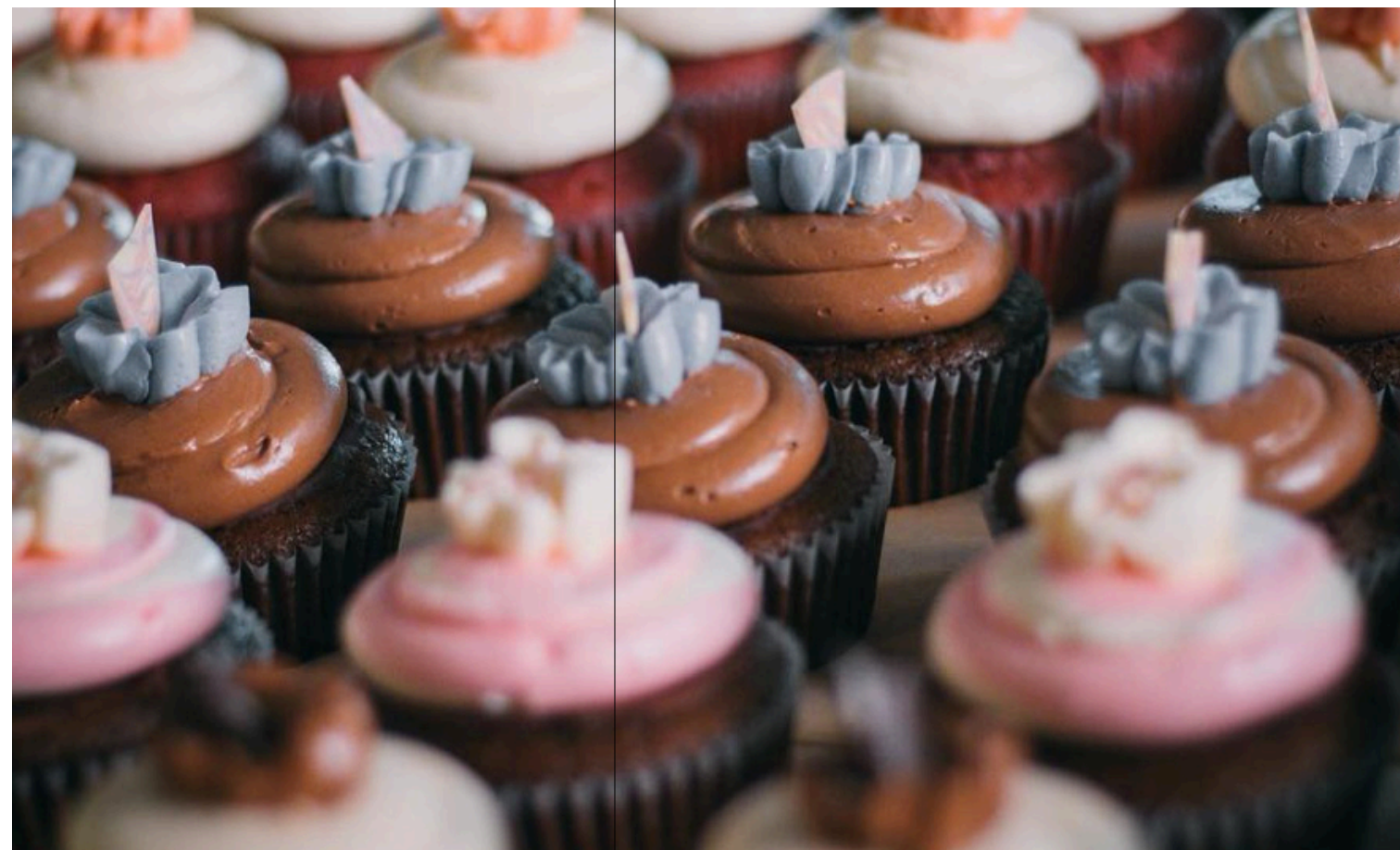
P^oCAKES

Το P^ocakes (Petra's cakes) είναι μια μάρκα δημιουργικών κέικ και γλυκών ιστοριών. Η προσέγγιση της Petra στη δημιουργία, αντικατοπτρίζει την προσωπικότητα και τον τρόπο ζωής της και ενσωματώνει τη φυσική διακόσμηση, την οποία θέλει να τονίσει με το λογότυπο. Η έμπνευσή της προέρχεται από την απόστροφο στο όνομα ('). Αν το δούμε με γραφική έννοια, η απόστροφος αντικαθιστά τα γράμματα που λείπουν. Αποφασίσαν όμως να τη γυρίσουν με τέτοιο τρόπο, ώστε να αντιπροσωπεύει ένα κεράσι, το οποίο και χρησιμοποιείται συχνά σε εικονογραφικές παραστάσεις κέικ.

Μίνιμαλ λογότυπο, καθαρό και άρκως επαγγελματικό, καταφέρνει να δημιουργήσει μια ατμόσφαιρα φιλική που σε προϊδεάζει για την ποιότητα των προϊόντων που προωθεί.



P^o



Το Swirlz® είναι το αρχικό κατάστημα Cupcake του Σικάγου, που ιδρύθηκε το 2006, και βρίσκεται στο ιστορικό πάρκο του Λίνκολν, στο δρόμο του Πανεπιστημίου DePaul.

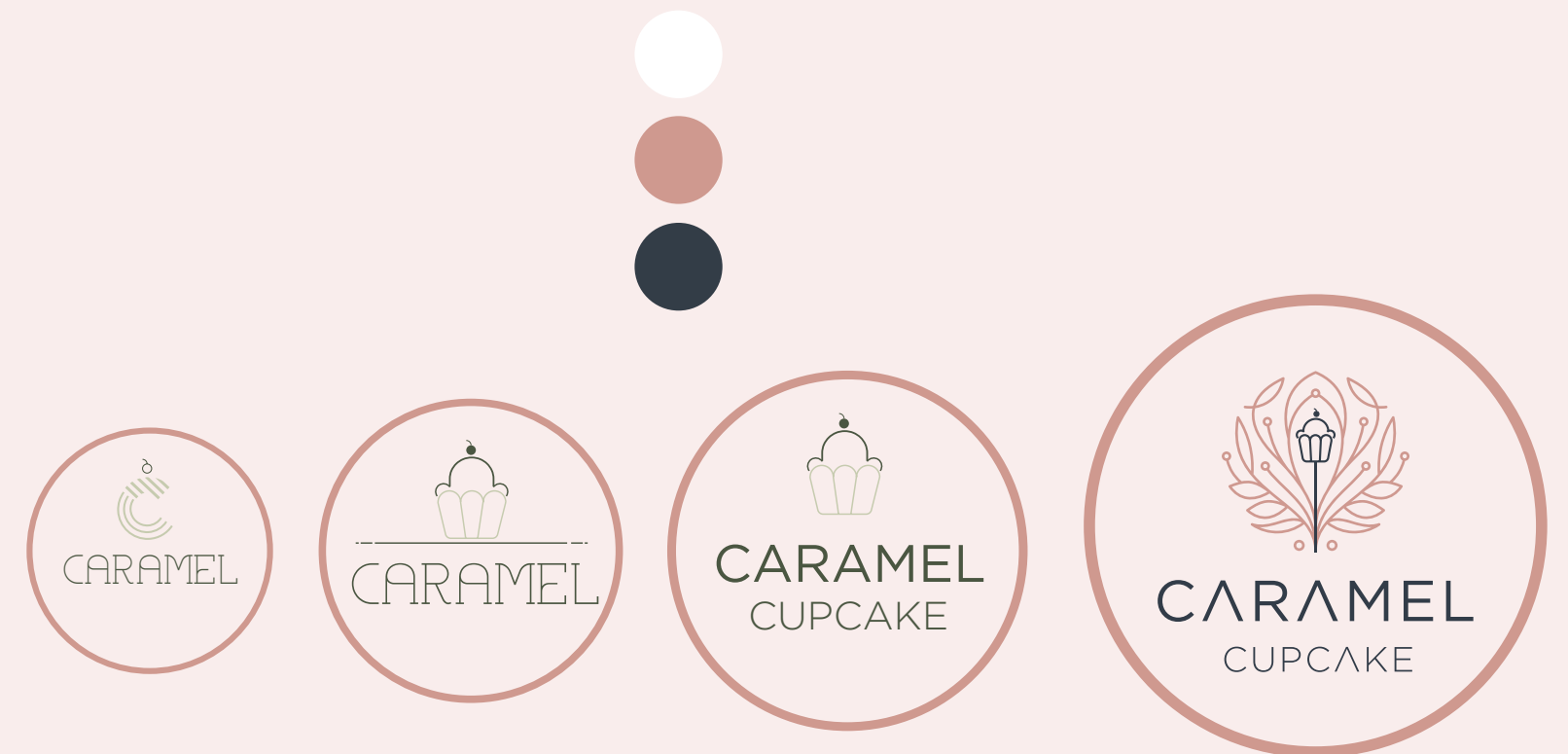
Το Swirlz ξεκίνησε δημιουργώντας μπάττερ, κρέμες βουτύρου, γεμίσματα και γαρνιτούρες καθημερινά σε αληθινό χειροτεχνικό στυλ, χρησιμοποιώντας φρέσκα και πολλά τοπικά υλικά. Αυτή η ποιότητα και η ακεραιότητα δεν έχουν ποτέ τεθεί σε κίνδυνο.

Με λογότυπο την επωνυμία και με αφαιρετικό σχεδιασμό ενός cupcake, καταφέρνει να δημιουργήσει στα μάτια των καταναλωτών μια ευχάριστη και δροσερή αίσθηση.

CARAMEL CUPCAKE

ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ

Οι σταδιακές προσεγγίσεις έγιναν μετά από μελέτη και έρευνα, προκειμένου να προκύψει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Βλέπουμε τα στάδια σχεδίασης τα οποία οδήγησαν και στο τελικό λογότυπο.



ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Το λογότυπο είναι το βασικό και κυρίαρχο στοιχείο που θα διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην εξέλιξη και το μοτίβο για τις εφαρμογές της εταιρικής ταυτότητας. Η εφαρμογή του είναι η ταυτότητά μας και το ύφος που το διέπει. Αντιπροσωπεύει την αισθητική μας και συνάμα το concept που θα ακολουθήσουμε για τις εφαρμογές του. Κάθε εταιρεία και ελεύθερος επαγγελματίας οφείλει να έχει μια ολοκληρωμένη εταιρική εικόνα ανάλογη με τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα της.

Το λογότυπο είναι βασισμένο στο σχεδιασμό ενός cupcake και ενός μοτίβου, το οποίο μπορεί να μην θυμίζει τίποτα, αλλά έχει προκύψει με μίνιμαλ τρόπο από φόρμες ενός παγωνιού, και την επωνυμία. Δημιουργώντας ένα σχηματικό κώδικα μέσα από τα τρία αυτά, γεννήθηκε ένα σύμβολο, το οποίο παντρεύει όλα τα στοιχεία και μας δίνει αυτό το εικαστικό αποτέλεσμα.

Το γεγονός ότι το λογότυπο μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο του, μόνο η επωνυμία ή και σαν σύνολο, είναι ένας από τους λόγους που μάς το έκανε προκλητικό.



CARAMEL
CUPCAKE

Το cupcake, ως κυρίαρχο προϊόν, χρησιμοποιήθηκε και ως βασικό στοιχείο του λογοτύπου και της γενικότερης εταιρικής ταυτότητας. Αντικειμενικός σκοπός ήταν να προβάλλει κάτι φυσικά και πάνω απ' όλα να απονέει συμμετρία και ισορροπία.

Το λογότυπο αποτελείται από δύο στοιχεία: το σύμβολο μαζί με το μοτίβο και την εμπορική ονομασία "CARAMEL CUPCAKE".

Τα δύο αυτά στοιχεία μπορούν να χωρίζονται και να τροποποιούνται ανεξάρτητα το ένα με το άλλο. Οι λέξεις CARAMEL CUPCAKE θα πρέπει να είναι πάντοτε κεφαλαία και πάντα στα αγγλικά, είτε το προϊόν απευθύνεται σε ελληνικό κοινό είτε σε ξένο.

ΔΙΑΤΑΞΗ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ

Η τοποθέτηση του λογοτύπου θα πρέπει να γίνεται πάντα σε κάθετη διάταξη. Τα γράμματα θα πρέπει να τοποθετούνται με την κατάλληλη αναλογία σε σχέση με το σήμα - λογότυπο, όπως αυτή αναγράφεται στο επόμενο παράδειγμα.

Όλο το λογότυπο μαζί έχει ύψος $6d + 1/2d$ και το σύμβολο μόνο του $3d + 1/2d$. Επομένως, η απόσταση μεταξύ του συμβόλου και των γραμμάτων είναι $1/2d$.



MOODBOARD

Το moodboard είναι σημαντικό στάδιο για τη σχεδιαστική πορεία, καθώς μέσα από αυτό μπορεί να καθοριστεί όλη η εταιρική ταυτότητα. Είναι οι επιρροές και η πηγή έμπνευσης, η έρευνα για την χρωματική παλέτα και το ύφος που θέλουμε να δώσουμε.



P^oCAKES



ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ

Η επιλεγμένη γραμματοσειρά για τη γραπτή απόδοση της ονομασίας "CAMEL CUPCAKE" είναι η Gotham Greek. Η γραμματοσειρά στο λογότυπο θα μπαίνει πάντα στα Αγγλικά.

Η Gotham Greek είναι μια Sans serif γραμματοσειρά με φιλικό και όμως ισχυρό χαρακτήρα. Η γραμματοσειρά είναι ιδανική για προβολή, αντιγραφή κειμένου και λογοτύπων.

Η γραμματοσειρά Gotham Family είναι επίσης διαθέσιμη σε Light, Regular, Bold, Book, Medium και Black έκδοση.

Για δευτερεύουσες πληροφορίες, όπως είναι τα στοιχεία στο έντυπο, θα χρησιμοποιείται η γραμματοσειρά Cera Pro σε Regular και Bold.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

0123456789

\$?&%@!#*()=

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

123456789

\$?&%@!#*()=



R: 255 **G:** 255 **B:** 255
C: 0% **M:** 0% **Y:** 0% **K:** 0%
#FFFFFF



R: 207 **G:** 154 **B:** 144
C: 18% **M:** 43% **Y:** 38% **K:** 0%
#CF9A90



R: 51 **G:** 60 **B:** 77
C: 78% **M:** 66% **Y:** 52% **K:** 44%
#333C47

ΧΡΩΜΑΤΙΚΗ ΠΑΛΕΤΑ

Η χρωματική παλέτα που επιλέχθηκε, προέκυψε από το θέμα, και αυτό με οδήγησε σε αυτήν. Μια απόχρωση του ροζ σε παστέλ τόνο και ένα βαθύ σκούρο μπλε, τα οποία έρχεται και συμπληρώνει το λευκό, χρωματίζουν το λογότυπο.

Τα cupcakes σαν γλυκά είναι μικρές μπουκιές απόλαυσης, γι' αυτό και τα χρώματα του λογοτύπου πρέπει να είναι φιλικά, παρ' όλα αυτά όμως, να κρατούν ένα πιο σοβαρό ύφος.

Το παστέλ ροζ ταιριάζει σε διάθεση, καθώς μιλάμε για χαλαροπλαστική και το βαθύ σκούρο μπλε δίνει με την σειρά του μια πιο αυστηρή αίσθηση.

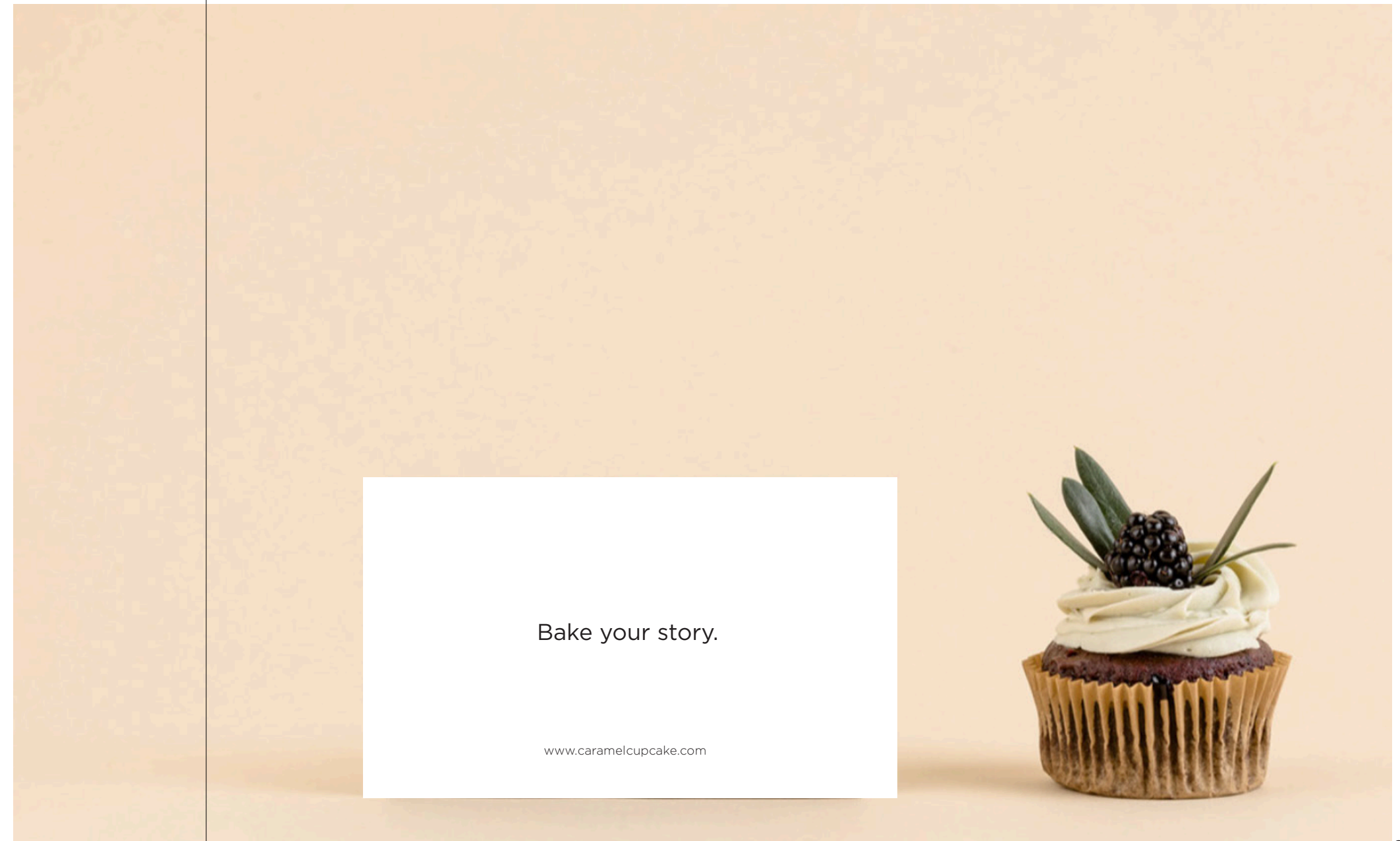
STATIONARY

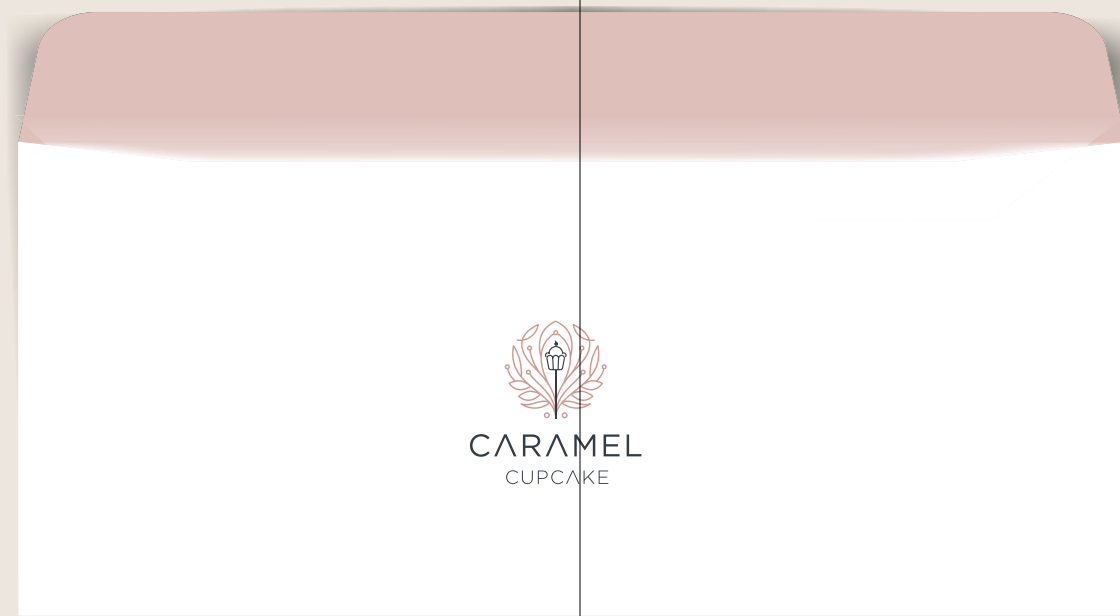
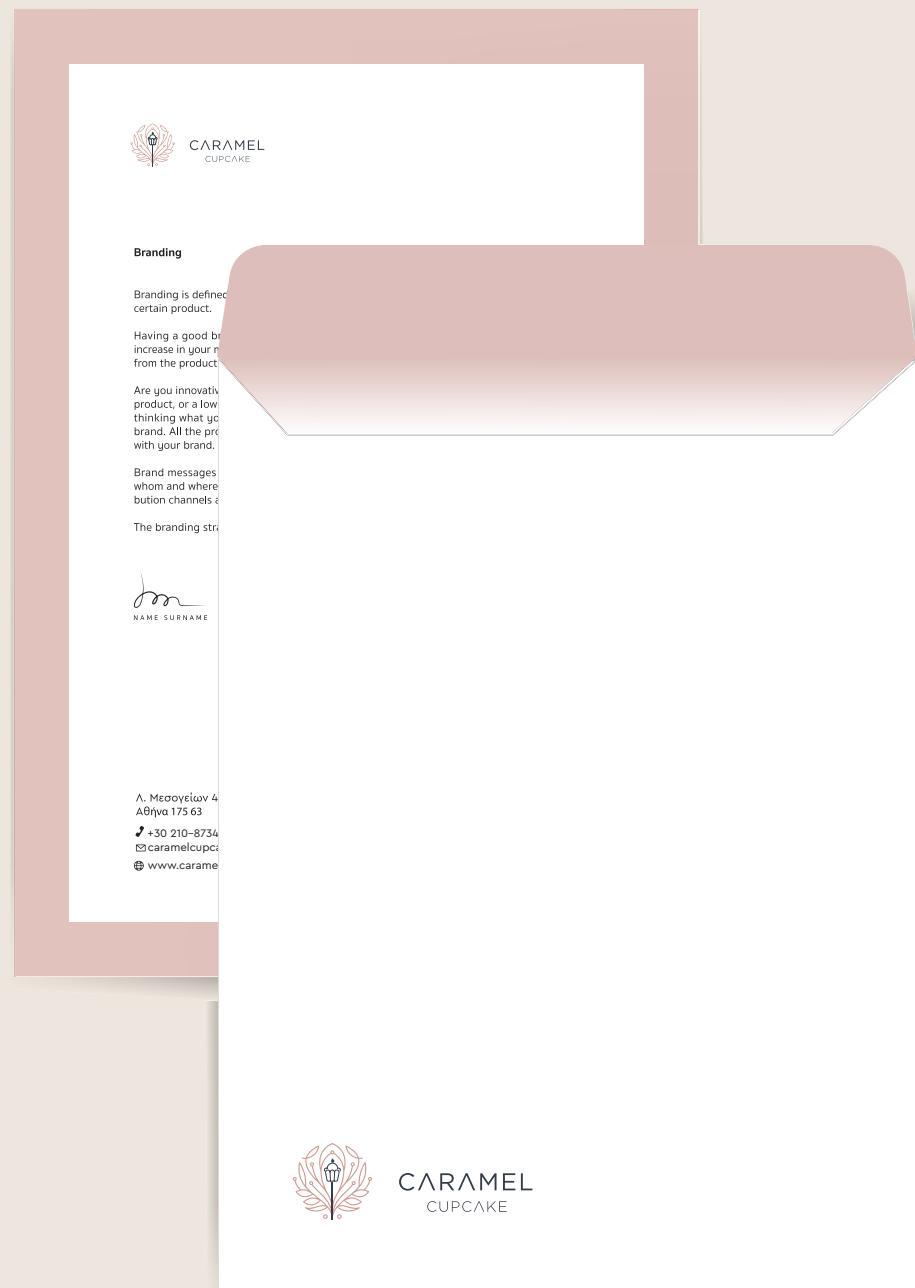
Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση διάφορων προτάσεων για την εξέλιξη και ανατοποθέτηση της εταιρικής ταυτότητας της εταιρείας "CAMEL CUPCAKE", προέκυψε μετά από έντονη έρευνα και παρατήρηση των ήδη υπάρχοντων στοιχείων που χαρακτηρίζουν την εικόνα της, τον τρόπο δράσης και λειτουργίας, καθώς και το ρόλο της σε γενικότερο πλαίσιο. Μέσα, λοιπόν, από την έρευνα της εταιρείας επήλθε ο σχεδιασμός για τα επιστολόχαρτα, τους φακέλους και τις κάρτες.

Η επαγγελματική κάρτα είναι διπλής όψης με διαστάσεις 5,5 επί 8,5 εκατοστά. Η μπροστινή όψη έχει σκούρο μπλε φόντο με λευκό το λογότυπο και η πίσω όψη το αντίστροφο.

Το επιστολόχαρτο και ο φάκελος που μπαίνει το επιστολόχαρτο, είναι λευκά με μαύρο και ροζ λογότυπο. Το επιστολόχαρτο είναι μεγέθους A4.

Ο φάκελος έχει μέγεθος 23 επί 11 εκατοστά, είναι λευκός και σφραγίζει με στρογγυλό αυτοκόλλητο, στο οποίο αναγράφεται το λογότυπο της εταιρείας.





ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Παρουσίαση της εταιρικής ταυτότητας σε φυσικό περιβάλλον. Το λογότυπο, οι επαγγελματικές κάρτες, τα επιστολόχαρτα, οι εταιρικοί φάκελοι.



Η επαγγελματική κάρτα είναι διπλής όψης με διαστάσεις 5,5 επί 8,5 εκατοστά. Την βλέπουμε σε φυσικό περιβάλλον, για να μπορέσουμε να έχουμε μια πιο ρεαλιστική προσέγγιση. Η μπροστινή όψη έχει σκούρο μπλε φόντο με λευκή τυπογραφία και λευκό το λογότυπο και η πίσω όψη το αντίστροφο.

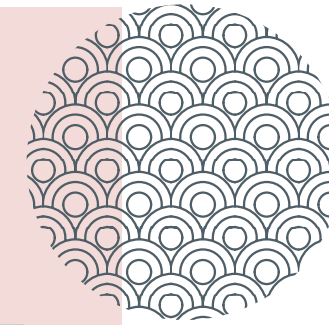


ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Οι επαγγελματικές κάρτες της εταιρείας σε 3D εικόνα.

Μια επαγγελματική κάρτα εξακολουθεί να κάνει εντύπωση πολύ καιρό μετά από τη στιγμή που θα δοθεί σε κάποιον. Είναι μια υπενθύμιση για το ποιοι είμαστε και το πιθανό εκέγγυο μιας καινούργιας επιχειρηματικής σχέσης.

Έτσι, είναι κατανοητό ότι, για ένα άρτιο αποτέλεσμα, πρέπει να εξετάζουμε προσεκτικά κάθε πτυχή του στυλ της κάρτας, του χρώματος, της γραμματοσειράς, του σχεδιασμού και της διάταξης.



Όταν, λοιπόν, πρόκειται για τις πρώτες εντυπώσεις, οι μικρές λεπτομέρειες μπορούν να κάνουν μεγάλη διαφορά. Το χαρτί που έχουμε επιλέξει είναι ικανό να κάνει την κάρτα να ξεχωρίσει, γι' αυτό και η επιλογή είναι σαγρέ με ανάγλυφα τα στοιχεία του λογοτύπου.

Προσθέτουν μια σύγχρονη συστροφή σε ένα κλασικό κομμάτι εκτύπωσης, προσφέροντας μια αξέχαστη εμφάνιση στο σχέδιο της κάρτας. Έτσι δεν περνάει σίγουρα απαρατήρητες.

Η υφή του χαρτιού την κάνει μοναδική.



Branding

Branding is defined as the process of coming up or making a unique name or design for a certain product.

Having a good brand strategy allows you to have a major advantage in gaining a large increase in your market competitions. Your brand tells your customers what they can expect from the products and services you offer.

Are you innovative or are you the experienced type? Do you offer a high-cost, high-quality product, or a low-cost, high-value product? It's impossible to be both. You should consider thinking what your customers need you to be. Your logo is the main foundation of your brand. All the promotional materials should be connected with your logo to communicate with your brand.

Brand messages are delivered and planned based on the questions how, what, when, to whom and where your brand strategy is. Advertisement, visual communication, and distribution channels are parts of brand strategy.

The branding strategy you have should be consistent as it leads to a strong brand equity.


NAME SURNAME

Λ. Μεσογείων 467,
Αθήνα 175 63
☎ +30 210-8734569
✉ caramelcupcake@gmail.com
🌐 www.caramelcupcake.com



Branding

Branding is defined as the process of coming up or making a unique name or design for a certain product.

Having a good brand strategy allows you to have a major advantage in gaining a large increase in your market competitions. Your brand tells your customers what they can expect from the products and services you offer.

Are you innovative or are you the experienced type? Do you offer a high-cost, high-quality product, or a low-cost, high-value product? It's impossible to be both. You should consider thinking what your customers need you to be. Your logo is the main foundation of your brand. All the promotional materials should be connected with your logo to communicate with your brand.

Brand messages are delivered and planned based on the questions how, what, when, to whom and where your brand strategy is. Advertisement, visual communication, and distribution channels are parts of brand strategy.

The branding strategy you have should be consistent as it leads to a strong brand equity.


NAME SURNAME

Λ. Μεσογείων 467,
Αθήνα 175 63
☎ +30 210-8734569
✉ caramelcupcake@gmail.com
🌐 www.caramelcupcake.com

BAKE
YOUR
STORY

ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ

Το λογότυπο θα πρέπει να είναι καθαρό και αναγνωρίσιμο σε διάφορα μεγέθη για να θεωρηθεί σωστό. Το βλέπουμε σε διαφορετικά φόντα με αλλαγές στην χρωματική παλέτα του λογότυπου καθώς τα χρώματα αυτά είναι και αυτά που το αποτελούν.





03

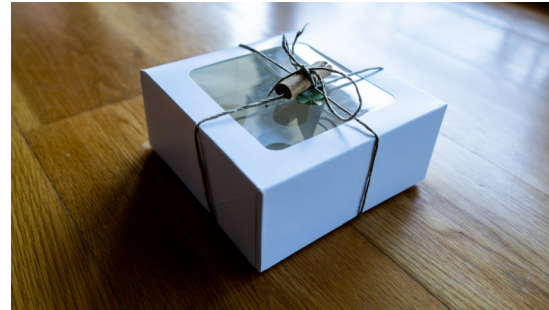
Σχεδιασμός
συσκευασίας

CARAMEL ALL OVER

Σε αυτό το κεφάλαιο θα μιλήσουμε για τη συσκευασία της εταιρείας καθώς και για την σημασία της.

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΚΟΥΤΙΟΥ ΓΙΑ CUPCAKES

Τα κουτιά της εταιρείας χωρίζονται σε 3 μεγέθη. Αυτό των 2 των 6 και των 12 τεμαχίων. Μια συσκευασία μπορεί να αντικατροπίζει την εικόνα ενός μαγαζιού καθώς αποτελεί και αυτό κομμάτι του marketing. Έτσι, λοιπόν, επιλέχθηκαν λευκά κουτιά αλλά διακοσμημένα με τέτοιο τρόπο ώστε ο καταναλωτής να αισθάνεται ότι είναι προσεγμένα και με ιδιαίτερη αισθητική.





Τα κουτιά είναι διακοσμημένα με ένα σπάγγο, ένα ξύλο κανέλας και ένα φύλλο δάφνης. Η επιλογή αυτή έγινε με σκοπό να δοθεί μια διαφορετική αισθητική στη διακόσμηση. Πρέπει να δίνεται απαραίτητη προσοχή στη συσκευασία γιατί έχει σημαντικό ρόλο για την εικόνα οποιασδήποτε εταιρείας.

ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ



CARAMEL

ALL

OVER

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΜΠΙΣΚΟΤΩΝ

Η συσκευασία για τα μπισκότα είναι λευκή με το αυτοκόλλητο να την σφραγίζει και με το λογότυπο στο κάτω αριστερά σημείο.





04

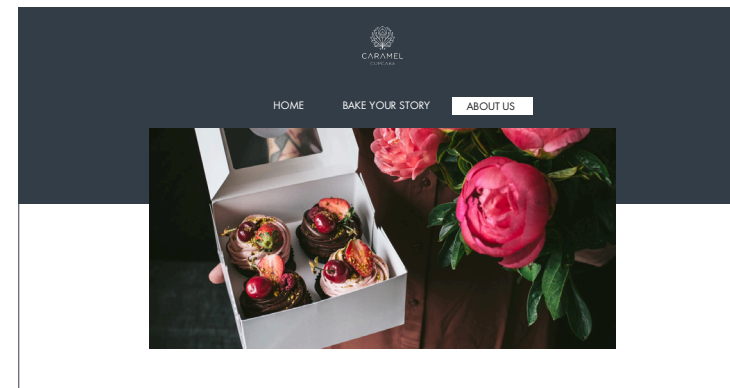
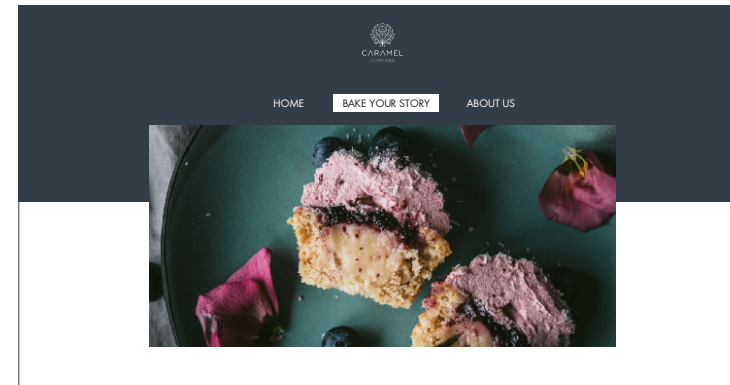
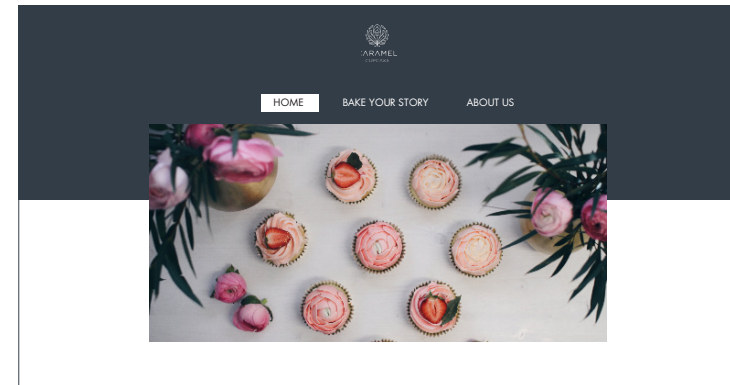
Πρωθητικά
προϊόντα - μέσα

BAKE YOUR STORY

Σε αυτό το κεφάλαιο θα δούμε όλα τα πρωθητικά προϊόντα - μέσα που σχεδιάστηκαν για να προβάλουμε την εταιρεία.

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ

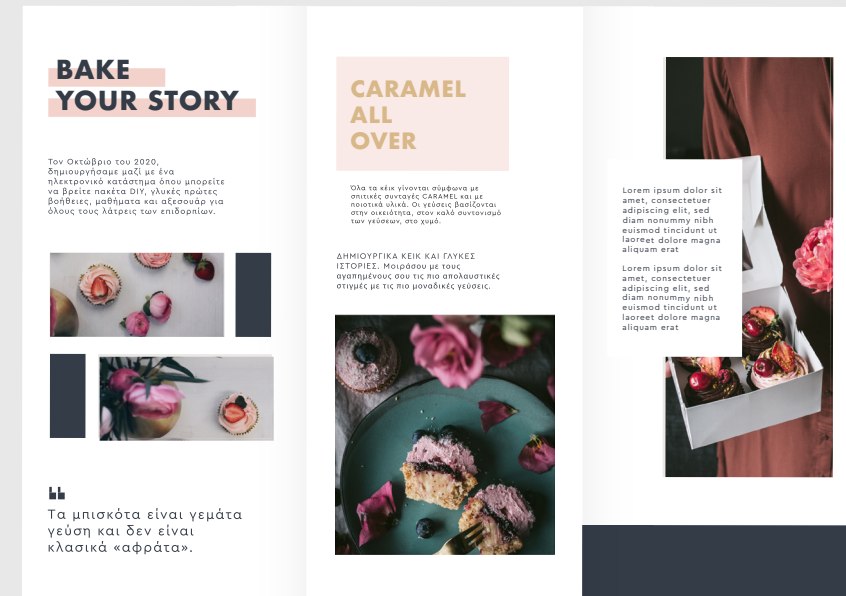
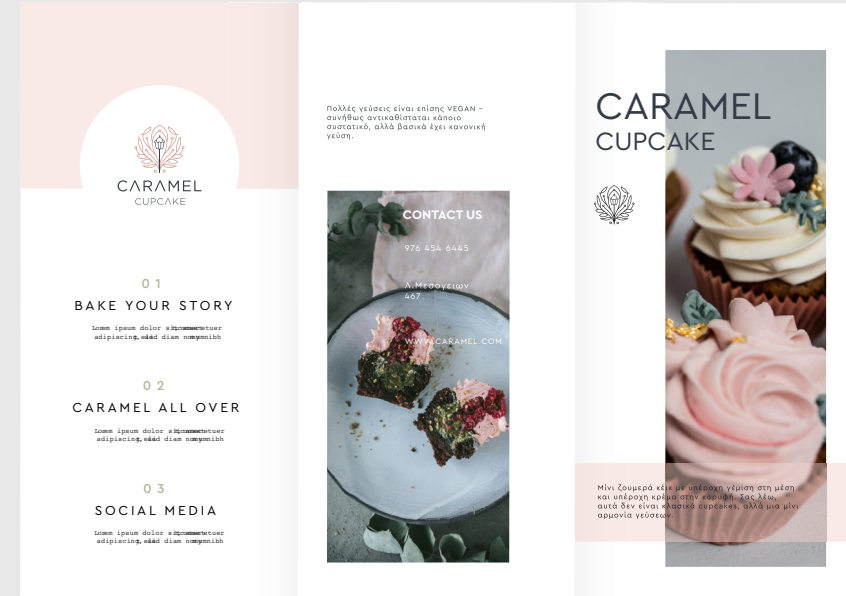
Στις μέρες μας η ύπαρξη μιας ιστοσελίδας έχει μεγάλη βαρύτητα καθώς είναι ένα μεγάλο εργαλείο προώθησης της εταιρείας. Μέσα από αυτή μπορείς να αναδείξεις τα προϊόντα σου και, δημιουργώντας ένα όμορφο περιβάλλον πλοήγησης, να προσεγγίσεις τον πελάτη.



CARAMEL CUPCAKE



Μίνι ζουμερά κέικ με υπέροχη γέμιση στη μέση και υπέροχη κρέμα στην κορυφή. Σας λέω, αυτά δεν είναι κλασικά cupcakes, αλλά μια μίνι αρμονία γεύσεων.



THRIFOLD BROCHURE

Το τρίπτυχο σχεδιάστηκε με σκοπό την αναλυτική ενημέρωση των καταναλωτών για τα CARAMEL CUP-CAKE. Το τρίπτυχο έχει διαστάσεις 21 επί 15 εκατοστά. Ιδιαίτερη σημασία στο σχεδιασμό του είχε το απαλό χρώμα και η ύπαρξη των εικόνων, διότι το κάνει ελκυστικό στο μάτι και ευχάριστο για ανάγνωση.



CARAMEL CUPCAKE



Μίνι ζουμερά κέικ με υπέροχη γέμιση στη μέση και υπέροχη κρέμα στην κορυφή. Σας λέω, αυτά δεν είναι κλασικά cupcakes, αλλά μια μίνι αρμονία γεύσεων.

Τα απαλά χρώματά τους βοηθάνε στο να αιχμαλωτίσουν το βλέμμα των καταναλωτών και να προσέξουν καλύτερα το φυλλάδιο.

Επιπλέον, έχει σχεδιαστεί με τρόπο έτσι ώστε η κάθε σελίδα να αντιστοιχεί σε κάτι συγκεκριμένο. Στην πρώτη "BAKE YOUR STORY" στην δεύτερη "CARAMEL ALL OVER" και στην τρίτη "SOCIAL MEDIA". Κάθε σελίδα μιλάει για την εταιρεία και για την ιστορία της καθώς και λίγα λόγια για τις γεύσεις της. Τέλος για τον τρόπο που μπορεί κανείς να την αναζητήσει.

ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΦΙΣΑΣ Α3

Στις επόμενες σελίδες θα παρουσιαστούν οι σχεδιαστικές προτάσεις για τη δημιουργία αφίσας διαστάσεων Α3 με σλόγκαν "Bake your story".

Το βασικό σλόγκαν που χρησιμοποιείται για την προωθητική καμπάνια του προϊόντος είναι "Bake your story". Ένα σλόγκαν, που παροτρύνει το κοινό να δοκιμάσει τα cupcakes αλλά και να ξεκινήσει να πειραματίζεται και μόνο του, μπαίνοντας στον μαγικό κόσμο της ζαχαροπλαστικής.

Η "CARMEL CUPCAKE" προσφέρει στους καταναλωτές τη δυνατότητα να γνωρίσουν τις απίστευτες γεύσεις των cupcakes και να μαγευτούν από τις γλυκές απολαύσεις.



ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΦΙΣΩΝ ΣΕ ΦΥΣΙΚΟ ΧΩΡΟ

Εκτός από το διαφημιστικό έντυπο, βασικό στοιχείο της εταιρικής ταυτότητας μιας εταιρείας, είναι και οι εφαρμογές μέσα από τις οποίες θα φανεί ακόμα περισσότερο το κατά πόσο το λογότυπό της λειτουργεί πάνω σε διάφορα αντικείμενα.

Στις εφαρμογές που σχεδιάστηκαν για την εταιρεία "CARMEL CUPCAKE", έγινε μια έρευνα για το ποια ακριβώς αντικείμενα θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν στην εν λόγω επιχείρηση. Όλες οι εφαρμογές είναι στην ίδια λογική και έχουν τις ίδιες χρωματικές επιλογές.



23-30TH
OCT
2021



C
A
R
A
M
E
L

CUPCAKE

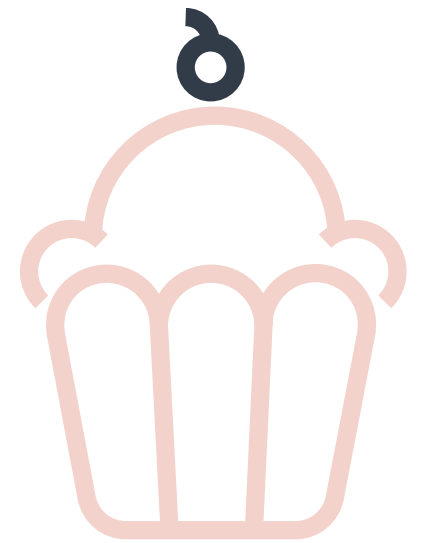
*Bake your story

www.caramelcupcake.com
phone: +30 210 8034549
email: caramelcupcake@gmail.com

467



Ο τρόπος σχεδίασης έγινε έχοντας υπόψιν όλη την εταιρική ταυτότητα και το ύφος που της έχει δοθεί. Με μίνιμαλ προσέγγιση, καθαρές φόρμες και το σημαντικότερο, η εταιρεία να είναι ο πρωταγωνιστής.





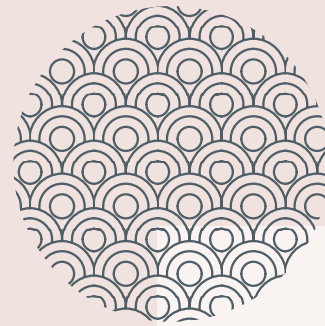
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ

Καταχώρηση αφίσας σε μέγεθος A4 στο εσωτερικό του περιοδικού, με αφορμή άρθρο του, σχετικά με την ζαχαροπλαστική και πώς αυτή μπορεί να μπει στην καθημερινότητα και τη ζωή μας.

Μέσα από τα σχετικά αυτά θέματα γίνεται με τον κατάλληλο τρόπο και η διαφήμιση των cupcake της εταιρείας CAMEL CUPCAKE.

SIGN

Η ταμπέλα ενός καταστήματος έχει και αυτή, με την σειρά της, καθοριστικό ρόλο, καθώς είναι ένα σήμα που βλέπουν οι διερχόμενοι και με αυτό μπορούν να το αναγνωρίσουν. Η επιλογή του ξύλου δίνει μια όμορφη αίσθηση, φιλική και μίνιμαλ, τα χρώματα δένουν μεταξύ τους και προκαλούν το κοινό για μια γλυκιά δοκιμασία ενός cupcake.





ΤΑΜΠΕΛΑΚΙΑ ΓΕΥΣΕΩΝ

Τα ταμπελάκια γεύσεων είναι για να μπορούμε να ξεχωρίσουμε και να καταλάβουμε ποιο είναι το προϊόν που έχουμε μπροστά μας. Το ύφος που έχει δοθεί στα ταμπελάκια αυτά, ταιριάζουν απόλυτα με την αισθητική της εταιρείας.

Είναι στρογγυλά και γλυκά όπως ένα cupcake.



ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Κάρτα δώρου - Μυστρί

Μια ακόμα σκέψη είναι η κάρτα δώρου, όταν γίνεται η αγορά ενός cupcake και επιθυμεί ο πελάτης να το κάνει δώρο. Είναι μια γρήγορη λύση που το κάνει ακόμα πιο προσωπικό από το να το τυλιχθεί μόνο με μια κορδέλα.

Η άλλη σκέψη είναι ένα μυστρί, με το οποίο μπορεί ο καθένας να τελειοποιήσει τις ζαχαροπλαστικές του δημιουργίες. Αυτό το προϊόν ωθεί τους καταναλωτές να αρχίσουν και αυτοί με τη σειρά τους να κάνουν τα πρώτα βήματα στο χώρο αυτό και να χαρίσουν στον εαυτό τους λίγες στιγμές χαράς.





ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ

Ποδιά

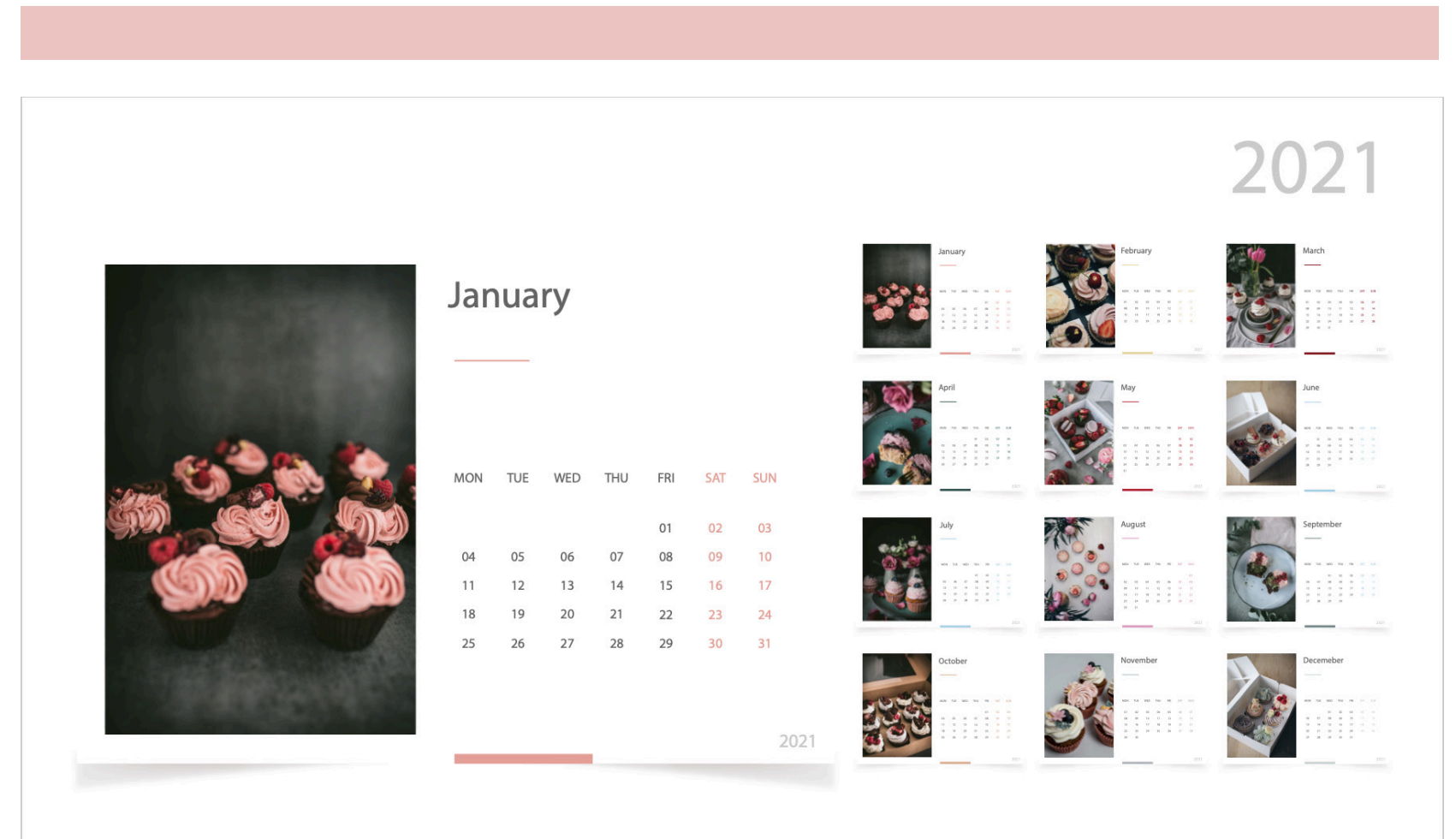
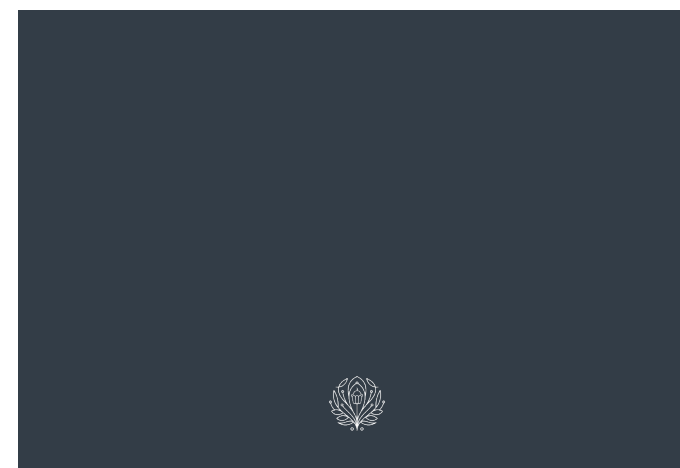
Μια ακόμα εφαρμογή, που δεν θα μπορούσε να λείπει από ένα μαγαζί ζαχαροπλαστικής, είναι η ποδιά.

Σε λευκή και σε μαύρη ποδιά βλέπουμε το λογότυπο, όπου έχει τοποθετηθεί στο κέντρο της υφασμάτινης ποδιάς και η στάμπα είναι είτε σε λευκό χρώμα στην μαύρη ποδιά είτε στις αποχρώσεις του λογοτύπου, όπου είναι μπλε σκούρο και ροζ παστέλ.

ΠΡΩΘΗΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Ημερολόγιο

Ένα ημερολόγιο επίσης, θα μπορούσε να συμπεριληφθεί στα προωθητικά προϊόντα της εταιρείας. Οι εικόνες που το αποτελούν, είναι μια άμεση “γεύση” των προϊόντων της CARMEL CUPCAKE. Το διαφημιστικό όφελός του, εκληπρώνεται είτε ως δώρο της εταιρείας προς τους συνεργάτες της είτε ως δώρο από κάθε καταναλωτή προς αγαπημένους του ανθρώπους ή και για προσωπική του χρήση.





05

Βιβλιογραφία
Πηγές

1. Πάντος, Θ. (1990). Το Χρώμα. Σύλληψη. Αντίληψη. Αίσθηση. Πρακτική. Αθήνα: Κάλβος.
2. Sargent, W. (1987). Το χρώμα στη Φύση και στην Τέχνη. Μτφρ. Ε. Καλκάνη. Αθήνα: Κάλβος.
3. Ideogram. (2018). Τίτλος άρθρου: Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας & Brand Design. (Ανακτήθηκε 3 Ιανουαρίου 2020). Από το Διαδίκτυο: https://www.ideogram.gr/%ce%b5%cf%84%ce%b1%ce%b9%cf%81%ce%b9%ce%ba%ce%ae-%cf%84%ce%b1%cf%85%cf%84%cf%8c%cf%84%ce%b7%cf%84%ce%b1/?gclid=CjwKCAiA-P7xBRAnEiwAow-VaSDWmTYzjOsUTIpY-jlPYhlz9R-0J00v0W-tC3-Bu2uyA3jgoiGvoghoCsJ4QAvD_BwE.
4. Packaging of the World. (Ανακτήθηκε 27 Νοεμβρίου 2019). Από το Διαδίκτυο: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=POT>.
5. Χειρχαντέρη Γ. (2020). ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ. Ο επικοινωνιακός ρόλος της Γραφιστικής μέσα από την τυποποίηση. Αθήνα. Εκδόσεις: Universtity Studio Press ISBN 978-960-12-2499-2
6. Wedesignstuff TM. (Ανακτήθηκε 6 Αυγούστου 2018). Από το Διαδίκτυο: https://www.behance.net/gallery/68759403/Pcakes?tracking_source=search_projects_recommended%7C-cupcake
7. Pavlin Bakery.(Ανακτήθηκε 28 Ιουνίου 2020). Από το Διαδίκτυο: https://www.behance.net/gallery/99681113/ALTERNATIVE-PAVLIN-LOGO-BAKERY?tracking_source=search_projects_recommended%7Cpavlin%20bakery
8. Fresh. Από το Διαδίκτυο: <https://www.freshpatisserie.gr/about>

9. Swirlz Cupcakes. <http://www.swirlzcupcakesshop.com/>

10. P'cakes. (Ανακτήθηκε 6 Αυγούστου 2018). Από το Διαδίκτυο: https://www.behance.net/gallery/68759403/Pcakes?tracking_source=search_projects_recommended%7Cpcakes

11. David Dabner. (2004) Design Και Layout, Δημιουργώντας Με Γραφικά.

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΥΛΙΚΟ:

<https://www.petrascakes.com/>

