



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ανατομία και δομή συλλεκτικής συσκευασίας
τεχνολογικού προϊόντος VR

ΣΠΥΡΟΥ ΟΡΕΣΤΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ

AM 17033

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

ΔΕΛΦΙΝΟ ΙΩΑΝΝΑ

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2024



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL COMMUNICATION

DIPLOMA THESIS

Anatomy and structure of collectible packaging
VR technology product

SPYROU ORESTIS ATHANASIOS

AM 17033

Supervisor Professor
DELFINO IOANNA

Athens, September 2024

ΜΕΛΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΙΣΗΓΗΤΗ

Η Πτυχιακή Εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κατώθη Εξεταστική Επιτροπή:

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: ΙΩΑΝΝΑ ΔΕΛΦΙΝΟ

ΜΕΛΟΣ: ΙΩΑΝΝΑ ΔΕΒΕΤΖΗ

ΜΕΛΟΣ: ΜΑΡΙΑ ΠΑΠΑΔΟΜΑΝΩΛΑΚΗ

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κατώθι υπογεγραμμένος Ορέστης - Αθανάσιος Σπύρου του Αχιλλέα, με αριθμό μητρώου 17033 φοιτητής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι: Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακή / διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς, είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολο τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο, ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας, τόσο δικής μου όσο και του ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρο ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.

Ο Δηλών
ΟΡΕΣΤΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΣΠΥΡΟΥ


(ΥΠΟΓΡΑΦΗ)

**ΑΝΑΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΟΜΗ
ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΗΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ VR**

Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	8
1. Εισαγωγή.....	8
1.1 Παρουσίαση της εταιρείας.....	9
2. Έρευνα.....	9
2.1 Έρευνα Εταιρειών.....	9
2.2 Έρευνα Branding - Εταιρική Ταυτότητα.....	19
3. Λογότυπο.....	19
3.1 Έρευνα Λογοτύπου.....	19
3.2 Αρχικός Σχεδιασμός Λογοτύπου & Προσχέδια.....	21
3.3 Χρωματικές Παλέτες.....	24
3.4 Λανθασμένη Χρήση του Λογοτύπου.....	27
3.5 Τυπογραφία - Στοιχεία Γραμματοσειράς.....	28
3.6 Εφαρμογές του Λογοτύπου.....	28
3.7 Περιθώρια Ασφάλειας Λογοτύπου.....	30
3.8 Σχεδιασμός Pattern.....	31
3.9 Τελικό Λογότυπο.....	32
3.10 Προώθηση Ειδών για την Εταιρεία.....	33
4. Σχεδιασμός - Δομή Συσκευασίας.....	38
4.1 Σχεδιασμός Κουτιού.....	38

4.2 Σχεδίαση Κουτιού.....	43
4.3 Σήμανση του Κουτιού.....	64
4.4 NFC.....	66
5. Εφαρμογές Εταιρικής Ταυτότητας - Branding.....	69
5.1 Αφίσες & Συστήματα Προώθησης.....	69
Επίλογος/Συμπεράσματα.....	78
Βιβλιογραφία.....	79

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να εξετάσει τη σημασία του branding και τη δομή συσκευασίας μιας εταιρείας, αναλύοντας πώς αυτές οι δύο πτυχές συντελούν στην ανάπτυξη και την επιτυχία της στην αγορά. Το branding, ως το σύνολο των στρατηγικών που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία και την ενίσχυση της εικόνας μιας εταιρείας, παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό και στην καλλιέργεια της πιστότητας των καταναλωτών. Η συσκευασία, από την άλλη πλευρά, δεν εξυπηρετεί μόνο πρακτικές ανάγκες, όπως η προστασία και η μεταφορά του προϊόντος, αλλά λειτουργεί και ως βασικό εργαλείο επικοινωνίας και προώθησης. Μέσω αυτής της εργασίας, θα διερευνηθούν οι τρόποι με τους οποίους το branding και η δομή συσκευασίας συνδυάζονται για να δημιουργήσουν μια συνεκτική και ελκυστική ταυτότητα για την εταιρεία, εξετάζοντας παραδείγματα και στρατηγικές από επιτυχημένες επιχειρήσεις.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η συσκευασία αποτελεί ένα αναπόσπαστο μέρος της συνολικής εμπειρίας του καταναλωτή και διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην αντίληψη και την αποδοχή ενός προϊόντος. Σε έναν κόσμο όπου η τεχνολογία εξελίσσεται ραγδαία και τα τεχνολογικά προϊόντα γίνονται αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας μας, η σημασία της συσκευασίας αποκτά ακόμα μεγαλύτερη αξία. Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στο σχεδιασμό της συσκευασίας για ένα premium τεχνολογικό προϊόν, αναδεικνύοντας την ανάγκη για καινοτομία, αισθητική αρτιότητα και λειτουργικότητα.

Η έρευνα αυτή φιλοξενεί να αναλύσει και να παρουσιάσει τις σύγχρονες τάσεις στο χώρο του σχεδιασμού συσκευασίας, να εξετάσει παραδείγματα επιτυχημένων υλοποιήσεων και να προτείνει έναν ολοκληρωμένο σχεδιασμό για ένα συγκεκριμένο τεχνολογικό προϊόν υψηλής αξίας. Ο σκοπός είναι να δημιουργηθεί μια συσκευασία που όχι μόνο να προστατεύει το προϊόν αλλά και να ενισχύει την αίσθηση πολυτέλειας και υπεροχής που αποπνέει.

Η διαδικασία σχεδιασμού θα λάβει υπόψη τις ψυχολογικές και αισθητικές ανάγκες των καταναλωτών, τις πρακτικές απαιτήσεις της συσκευασίας, καθώς και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Σε μια εποχή όπου η βιωσιμότητα και η οικολογική ευαισθησία αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία, η επιλογή υλικών και οι μέθοδοι παραγωγής θα εξεταστούν προσεκτικά για να διασφαλιστεί ότι ο τελικός σχεδιασμός είναι φιλικός προς το περιβάλλον.

Αρχικά θα κάνουμε λόγο για την έρευνα που έχουμε διεξάγει στις τεχνολογικές εταιρείες που έχουν λανσάρει παρόμοια προϊόντα και την συσκευασία που τα περιβάλλει.

Η παρούσα εργασία φιλοδοξεί να συνεισφέρει στη βιβλιογραφία του Σχεδιασμού Συσκευασίας, παρέχοντας χρήσιμες γνώσεις και προτάσεις για τους γραφίστες, τους σχεδιαστές προϊόντων και τους κατασκευαστές. Μέσα από την ανάλυση των δεδομένων και την παρουσίαση του σχεδιαστικού πλαισίου, ευελπιστώ ότι θα καταφέρει να αναδείξει τη σημασία της καλοσχεδιασμένης συσκευασίας και να ενθαρρύνει τη δημιουργία πρωτοποριακών και οικολογικά ευαίσθητων λύσεων.

Με αυτόν τον τρόπο, η πτυχιακή εργασία δεν θα συμβάλλει μόνο στην ακαδημαϊκή γνώση, αλλά θα αποτελέσει και ένα πρακτικό εργαλείο για την βιομηχανία, προωθώντας την καινοτομία και την ποιότητα στον τομέα του σχεδιασμού συλλεκτικής συσκευασίας με τεχνολογικά προϊόντα.

1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ALTERNATE REALITIES

Η εταιρεία Alternate Realities, της οποίας και την εταιρική ταυτότητα έχουμε κληθεί να δημιουργήσουμε στην παρούσα εργασία, είναι αυτή που έχει αναλάβει τον σχεδιασμό της συσκευασίας που παρουσιάζεται. Είναι γνωστή στο χώρο της σχεδιάσης συσκευασιών για ηλεκτρονικά είδη. Η εταιρεία συνδυάζει την καινοτομία με την αισθητική, προσφέροντας μοναδικές και εντυπωσιακές λύσεις στους πελάτες μας. Η αποστολή της είναι να μετατρέψει κάθε συσκευασία σε ένα έργο τέχνης που δεν προστατεύει απλώς το προϊόν, αλλά το αναδεικνύει και το προωθεί. “Κάθε σχέδιο που δημιουργούμε αντικατοπτρίζει την ποιότητα και την αριστεία των προϊόντων που περιβάλλει”.

Για τη συσκευασία του νέου συστήματος VR, έχουμε δημιουργήσει έναν σχεδιασμό που ενσωματώνει την τεχνολογία αιχμής με την κομψότητα. Ο στόχος μας ήταν να μεταφέρουμε την εμπειρία VR ακόμη και πριν ο χρήστης ανοίξει τη συσκευασία. Με υλικά υψηλής ποιότητας και πρωτοποριακό σχεδιασμό.

Να σημειωθεί η εταιρεία είναι δημιούργημα της φαντασίας μου με σκοπό να βοηθήσει στην ολοκλήρωση της εργασίας μου.

2. ΕΡΕΥΝΑ

2.1 Έρευνα Εταιρειών

Για την ανάπτυξη μιας επιτυχημένης συσκευασίας για ένα premium τεχνολογικό προϊόν, είναι κρίσιμο να μελετηθούν οι στρατηγικές και οι πρακτικές που ακολουθούν ήδη καταξιωμένες εταιρείες στον τομέα της τεχνολογίας και συγκεκριμένα στην αγορά των VR προϊόντων. Η ανάλυση των εταιρειών αυτών θα μας δώσει πολύτιμα στοιχεία σχετικά με το πως αντιμετωπίζουν την πρόκληση του σχεδιασμού συσκευασίας, ποιες τάσεις ακολουθούν και πως καταφέρνουν να ενισχύσουν την ταυτότητα και την εικόνα τους μέσω της συσκευασίας.

Apple Inc.

Η Apple είναι γνωστή για τον καινοτόμο σχεδιασμό και την ποιότητα των προϊόντων της, αλλά και για την εξαιρετική προσοχή που δίνει στη συσκευασία τους. Η εταιρεία χρησιμοποιεί μινιμαλιστικές γραμμές και καθαρές επιφάνειες, που αντικατοπτρίζουν την ίδια την

απλότητα και την κομψότητα των προϊόντων της. Η συσκευασία των προϊόντων της Apple είναι πάντα ανθεκτική προσφέροντας παράλληλα μια εξαιρετική πρώτη εντύπωση και εμπειρία ανοίγματος.

Samsung Electronics

Η Samsung, ένας άλλος γίγαντας στον τομέα της τεχνολογίας, υιοθετεί μια πιο ποικιλόμορφη προσέγγιση στη συσκευασία, ανάλογα με την κατηγορία του προϊόντος. Οι συσκευασίες της είναι συχνά πιο πολύχρωμες και δυναμικές, αναδεικνύοντας τα τεχνικά χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες των προϊόντων.

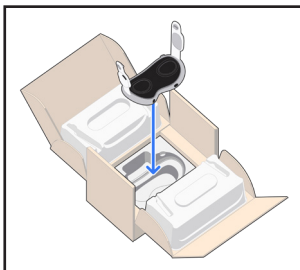
Η χρήση υψηλής ποιότητας υλικών και οι λειτουργικές σχεδιαστικές επιλογές αποτελούν βασικά στοιχεία των συσκευασιών της Samsung.

Oculus Meta

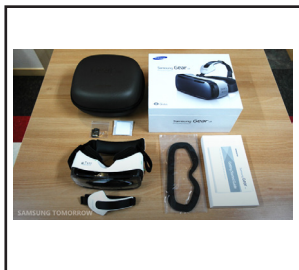
Η Oculus, μια από τις ηγετικές εταιρείες στον τομέα των VR, έχει αναπτύξει έναν ξεχωριστό σχεδιασμό συσκευασίας που αναδεικνύει την τεχνολογία και την καινοτομία των προϊόντων της. Η συσκευασία είναι συνήθως μοντέρνα, με έμφαση στην παρουσίαση των βασικών χαρακτηριστικών του προϊόντος και στη διευκόλυνση της εμπειρίας του χρήστη κατά το άνοιγμα της συσκευασίας.

Sony

Η Sony είναι μια πολυεθνική εταιρεία με έδρα το Τόκιο της Ιαπωνίας, διάσημη για την παραγωγή προϊόντων υψηλής τεχνολογίας όπως τηλεοράσεις, φωτογραφικές μηχανές, κονσόλες παιχνιδιών και ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης. Οι συσκευασίες της Sony είναι σχεδιασμένες με γνώμονα την ασφάλεια, την ευχρηστία και την περιβαλλοντική ευθύνη.



Εικόνα 01. Apple Vision Pro Package



Εικόνα 02. Samsung Package



Εικόνα 03. Oculus Meta Package



Εικόνα 04. Sony Package

Στις παρακάτω εικόνες θα δούμε με ποιο τρόπο γίνεται η οπτική προσέγγιση στις συσκευασίες του τεχνολογικού Virtual Reality Headset από τις εταιρείες που αναφέραμε προηγουμένως.



Εικόνα 05. Samsung VR Packages



Εικόνα 06. Oculus Meta VR Packages



Εικόνα 07. Apple Vision Pro VR Packages



Εικόνα 08. Sony VR Packages



Από τις κυρίαρχες εταιρείες στο κομμάτι της σχεδίασης των κουτιών Virtual Reality Headset, δηλαδή τις Oculus Meta, Sony, Samsung, Apple. Αποφασίσαμε να συνεργαστούμε με την Sony για να προσφέρουμε μια καινοτόμα συσκευασία που συνδυάζει ένα τεχνολογικό προϊόν και συλλεκτική συσκευασία. Πάμε να δούμε κάποια παραδείγματα απο την εταιρεία της Sony, έτσι ώστε να καταλάβουμε περισσότερα για την συσκευασία μας.



Εικόνα 09. Συλλεκτικές Συσκευασίες Sony PS4/ PS5

ELDEN RING

COLLECTOR'S EDITION

GAME

XBOX SERIES X - XBOX ONE

PS5

PS4

ELDEN RING

DIGITAL SOUNDTRACK

DIGITAL ORIGINAL SCORE CD

STATUE OF MALENIA - BLADE OF MIQUELLA (91cm)

EXCLUSIVE STEELBOOK

40 PAGES HARD-COVER ARTBOOK

FEBRUARY 25, 2022

RATING PENDING
RP
ESRB

May contain content inappropriate for children.
Visit esrb.org for rating information.

PS5 | PS4

XBOX SERIES X | XBOX ONE

ELDEN RING™ & ©2022 BANDAI NAMCO Entertainment Inc. / ©2022 FromSoftware, Inc.

©2021 Sony Interactive Entertainment LLC. "PlayStation Family Mark", "PS5 logo", "PS4 logo", "PS5 logo", "PS4 logo", "PlayStation Shapes Logo" and "PlayStation No Limits" are registered trademarks or trademarks of Sony Interactive Entertainment Inc. Microsoft, the Xbox Sphere mark, the Series X logo, Series S logo, Series X|S logo, Xbox One, Xbox Series X, Xbox Series S, and Xbox Series X|S are trademarks of the Microsoft group of companies.

FROM SOFTWARE

BANDAI NAMCO
Entertainment



The advertisement features a dark, cave-like background with a large, ornate metal chest in the center. To the left is a framed steelbook display case. In the foreground, there are two small figures, a large blue and gold Mjölir replica, and a set of dice. The PlayStation logo is in the top left corner. The title 'GOD OF WAR RAGNARÖK' is prominently displayed in the center, with 'COLLECTOR'S EDITION' below it. A list of items is provided on the right side, and a 'DOWNLOADABLE CONTENT' section lists additional items. A rating box is in the bottom left, and legal information and logos are at the bottom.

PlayStation.

GOD OF WAR

RAGNARÖK

COLLECTOR'S EDITION

◆ KNOWLEDGE KEEPER'S SHRINE

◆ 16 IN MJÖLNIR REPLICA

◆ STEELBOOK™ DISPLAY CASE
(NO GAME DISC INCLUDED)

◆ 2 IN VANIR TWINS CARVINGS

◆ DWARVEN DICE SET

DOWNLOADABLE CONTENT*

- ◆ DARKDALE ARMOR
- ◆ DARKDALE AXE GRIP
- ◆ DARKDALE BLADES HANDLES
- ◆ DARKDALE ATTIRE (COSMETIC)
- ◆ FULL GAME FOR PS4™ AND PS5™
- ◆ AVATAR SET
- ◆ DARK HORSE DIGITAL MINI ARTBOOK
- ◆ PLAYSTATION™4 THEME
- ◆ OFFICIAL GOD OF WAR, RAGNARÖK DIGITAL SOUNDTRACK

M Blood and Gore
Intense Violence
Strong Language

*God of War Ragnarök Collector's Edition includes a voucher code for the full God of War Ragnarök game on PlayStation™4 and PlayStation™5 consoles and a voucher code for the additional digital content. Account for PlayStation™Network and internet connection required for code redemption.

©2022 Sony Interactive Entertainment LLC. God of War is a registered trademark of Sony Interactive Entertainment LLC and related companies in the U.S. and other countries. "PlayStation Family Mark", "PlayStation", "PlayStation Studios logo", "PS4", and "PS5" are registered trademarks or trademarks of Sony Interactive Entertainment Inc.

PlayStation Studios
Santa Monica Studio



Όλες οι εικόνες παραπάνω είναι από το site του Playstation/Sony και όλες έχουν κοινά σημεία, που τις καθιστούν ξεχωριστές και ελκυστικές για τους συλλέκτες. Πρώτα απ' όλα, οι συσκευασίες τους χαρακτηρίζονται από ζωντανά και εντυπωσιακά χρώματα που αποπνέουν την αίσθηση της πολυτέλειας και της αποκλειστικότητας. Η λεπτομερής εικονογράφηση και τα υψηλής ποιότητας γραφικά στις εξωτερικές επιφάνειες των κιβωτίων αντικατοπτρίζουν το περιεχόμενο των παιχνιδιών και δημιουργούν μια συναρπαστική πρώτη εντύπωση. Εντός των κιβωτίων, οι καταναλωτές βρίσκουν προσεκτικά τοποθετημένα τα συλλεκτικά αντικείμενα, όπως αγάλματα, βιβλία τέχνης και μεταλλικά κουτιά, όλα σχεδιασμένα με εξαιρετική προσοχή στη λεπτομέρεια. Με αυτές τις προσεγγίσεις, η Sony εξασφαλίζει ότι οι συλλεκτικές εκδόσεις των παιχνιδιών της προσφέρουν μια μοναδική και αξέχαστη εμπειρία στους καταναλωτές.

2.2 Έρευνα Branding - Εταιρική Ταυτότητα

Για την ανάπτυξη της συσκευασίας ενός VR Headset από την Sony, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε την εταιρική ταυτότητα της Sony και πως αυτή θα αποτυπωθεί στη συσκευασία του προϊόντος. Η εταιρική ταυτότητα της Sony βασίζεται σε αξίες όπως η καινοτομία, η ποιότητα, η αξιοπιστία και η τεχνολογική υπεροχή. Αυτές οι αξίες πρέπει να αντικατοπτρίζονται στη συσκευασία του VR Headset, διασφαλίζοντας ότι η πρώτη εντύπωση του καταναλωτή είναι σύμφωνη με την εικόνα της εταιρείας. Η Sony χρησιμοποιεί μια συνεπή και αναγνωρίσιμη εταιρική ταυτότητα που περιλαμβάνει το λογότυπο της εταιρείας, τα χρώματα και το στυλ επικοινωνίας. Η συσκευασία των προϊόντων της Sony συχνά δίνει έμφαση στην τεχνολογία και την ποιότητα, με καθαρές και κομψές γραμμές που αποπνέουν έναν αέρα πολυτέλειας και καινοτομίας.

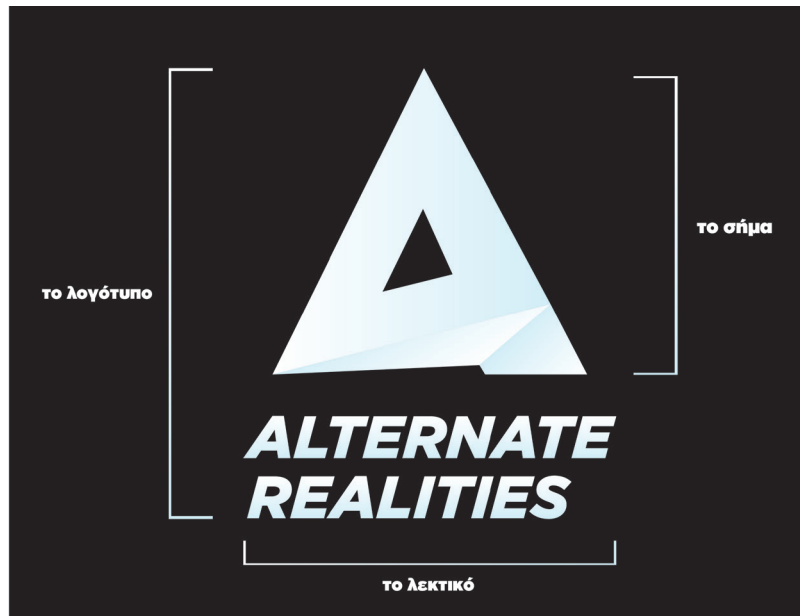
Η συσκευασία αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο branding, καθώς είναι το πρώτο πράγμα που βλέπει ο καταναλωτής όταν αγοράζει ένα προϊόν (Hestad, 2013). Μία καλοσχεδιασμένη συσκευασία μπορεί να δημιουργήσει μια θετική πρώτη εντύπωση, να ενισχύσει την αίσθηση της αξίας του προϊόντος και να ενισχύσει την εταιρική ταυτότητα της Sony. Για το VR Headset η συσκευασία πρέπει να είναι ανθεκτική, λειτουργική και αισθητικά ελκυστική, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη και premium εμπειρία ανοίγματος.

3. ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ALTERNATE REALITIES

3.1 Έρευνα Λογοτύπου

Οι άνθρωποι γενικότερα είναι πλάσματα που εξαρτώνται πολύ από την αίσθηση της όρασης. Για τον απλό αυτό λόγο, οι εταιρείες & επιχειρήσεις ανεξαρτήτου μεγέθους, που θέλουν να δημιουργήσουν ένα επιτυχημένο branding δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στο σχεδιασμό ενός λογοτύπου. Ίσως το σημαντικότερο συστατικό για το Branding Strategy που έχουν αποφασίσει να ακολουθήσουν. Ένα λογότυπο είναι το σήμα μιας εταιρείας και κομμάτι της εταιρικής ταυτότητας της. Ένα επιτυχημένο και καλοσχεδιασμένο λογότυπο μπορεί να αυξήσει την εμπιστοσύνη των πελατών και να δώσει κύρος στην επιχείρηση, για τον λόγο αυτό είναι πολύ σημαντικός ο σωστός σχεδιασμός του λογοτύπου και απαιτεί συνδυασμό γνώσεων τόσο στο marketing όσο και στην γραφιστική.

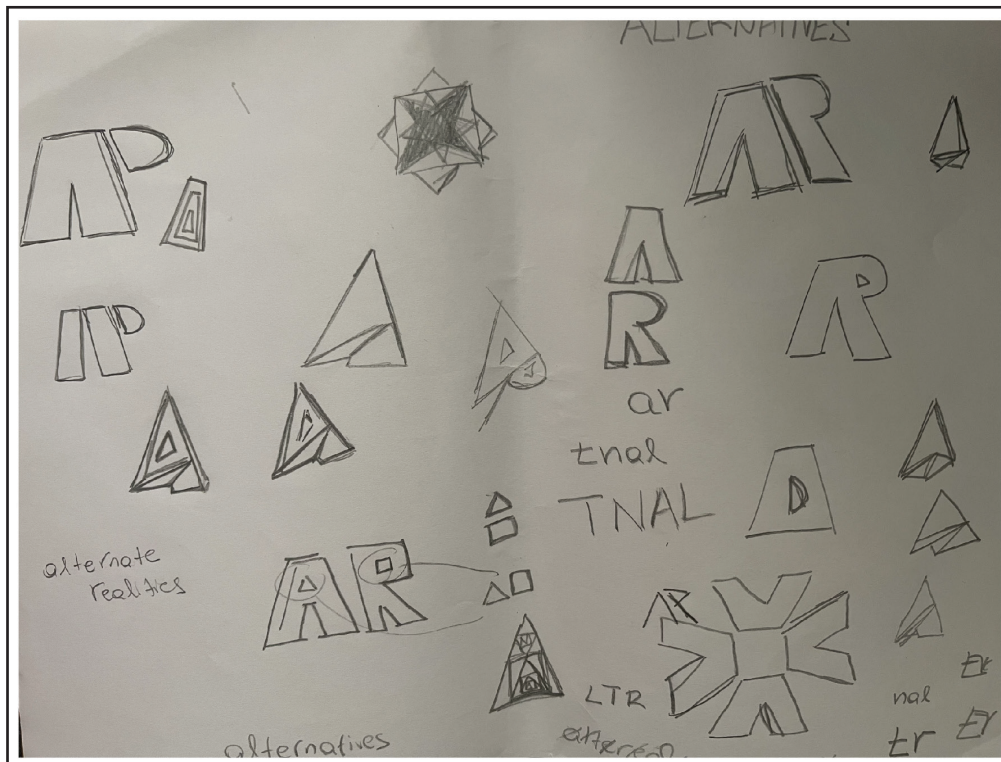
Κάθε δημιουργία λογοτύπου από την εταιρεία είναι αποτέλεσμα έρευνας, μελέτης, δημιουργικής σκέψης και πρωτότυπων ιδεών που στόχο έχουν την δημιουργία ενός μοναδικού λογοτύπου που θα μπορεί να μεταδώσει τις αξίες και το όραμα της εταιρείας έτσι ώστε να ανταποκρίνεται στις ιδιαίτερες ανάγκες της κάθε περίπτωσης. Από το χρώμα του λογοτύπου μέχρι το μέγεθος της γραμματοσειράς φαίνεται αν μια επιχείρηση δίνει βάση στην επιχειρηματική της υπόσταση. Όπως και να το κάνουμε είναι το πρόσωπο που δείχνετε στην αγορά. Το λογότυπο εδραϊώνει μία επιχειρηματική παρουσία και η επένδυση χρόνου και χρήματος για ένα επιτυχημένο λογότυπο δεν αποτελεί ποτέ σπατάλη. Ίσα ίσα είναι και η πιο μακροχρόνια επένδυση. Το brand identity είναι όλα εκείνα τα στοιχεία (όπως ένα μοναδικό σχέδιο, σύμβολο, λέξεις ή ένας συνδυασμός αυτών) τα οποία χρησιμοποιούνται για να δημιουργήσουν μια εικόνα που προσδιορίζει με μοναδικό τρόπο μια επιχείρηση (και τα προϊόντα/υπηρεσίες της) και τη διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές της.



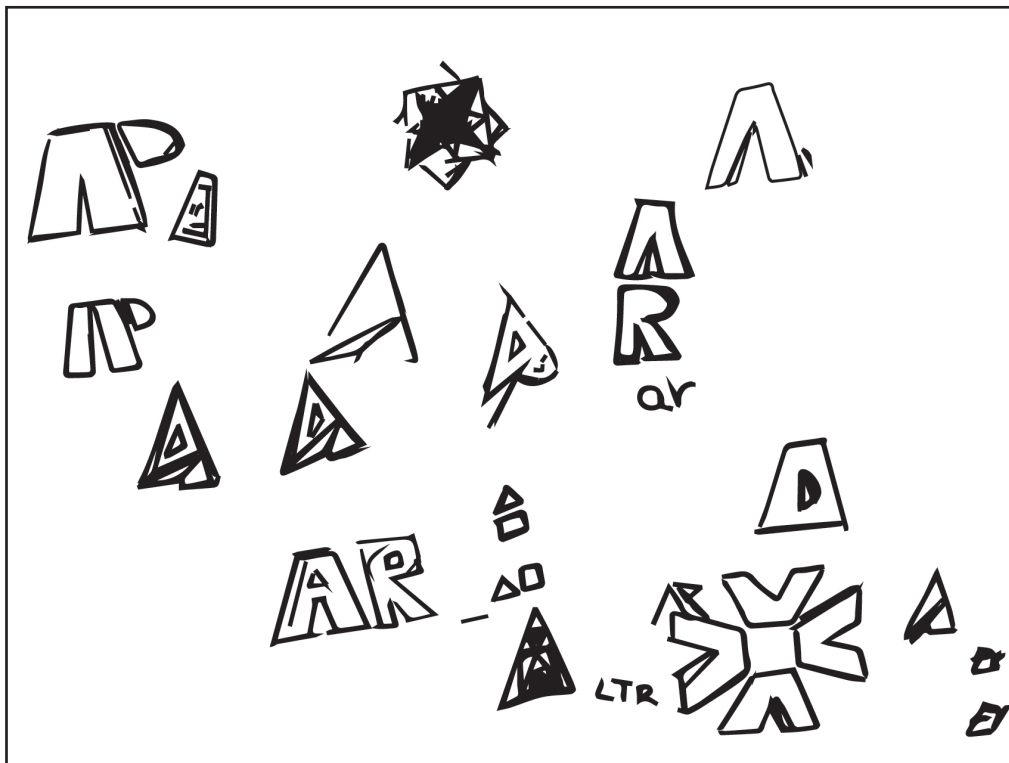
Η σχεδιαστική μου προσέγγιση αποτελείται από το σήμα και το λογότυπο. Για το λογότυπο χρησιμοποίησα την γραμματοσειρά Gotham Greek σε Bold Italic αποδίδοντας τον τίτλο με το όνομα "Alternate Realities". Όσο αφορά την σχεδιαστική προσέγγιση του σήματος αποφάσισα την επιλογή ενός τριγώνου, του οποίου φέρει η ψευδαίσθηση του 3D κόσμου, διότι μετά από έρευνα διάφορων τεχνολογικών brands που αναφερθηκαν και παραπάνω, θεώρησα ότι αυτή η πινελιά θα προσφέρει αρκετά σε μια εταιρεία που κύριος της παράγοντας είναι η προώθηση τεχνολογικών προϊόντων σε συνδυασμό με την δομή συσκευασίας τους. Το τρίγωνο είναι ένα σύμβολο με πλούσια νοήματα σε πολλούς πολιτισμούς και πεδία. Κάποιοι κύριοι συμβολισμοί είναι η ισορροπία και η αρμονία, η τριάδα (το σύνολο δηλαδή αυτών των τριών γωνιών ή ακόμη να προσδιορίζει φιλοσοφικά συστήματα), τα στοιχεία και οι δυνάμεις της φύσης (μιας και τα τρίγωνα χρησιμοποιούνται για να συμβολίσουν τα τέσσερα στοιχεία), η πνευματική ανάπτυξη, η δύναμη και η προστασία.

3.2 Αρχικός Σχεδιασμός Λογτύπου & Προσεχία

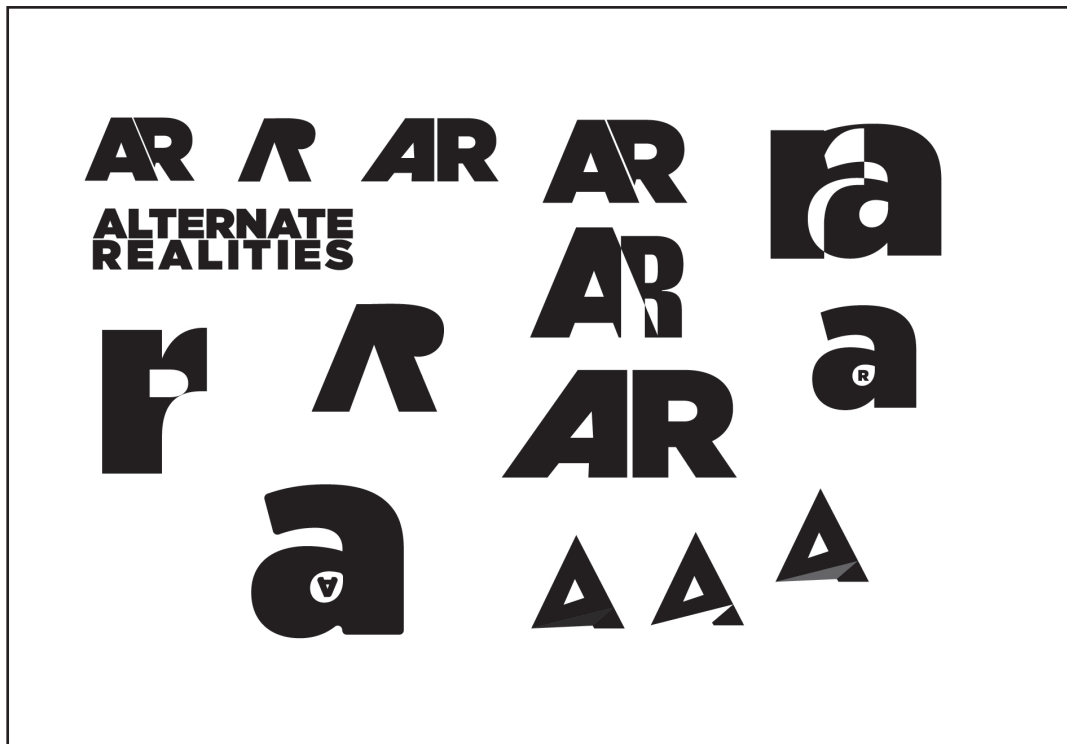
Πρώτη δοκιμή σε χαρτί και μολύβι



Έπειτα τα ίδια σχέδια με μαρκαδόρο



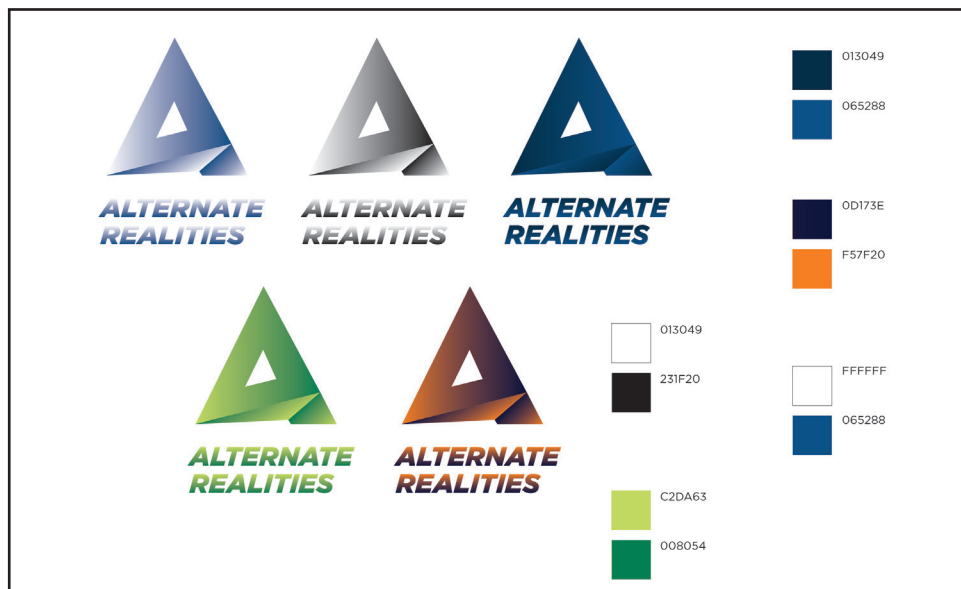
*Στο πρόγραμμα **illustrator**, συζεύξεις των αρχικών γραμμάτων και διάφορα σχέδια*



3.3 Χρωματικές Παλέτες

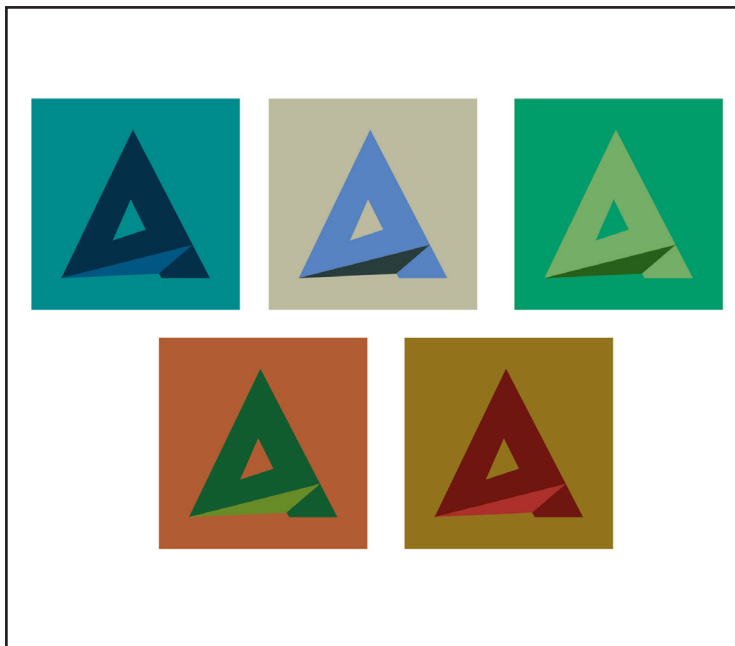
Δοκιμή Διχρωμίας σε Gradient Χρώματα

Η χρήση διχρωμίας με gradient σε ένα λογότυπο αποτελεί μια μοντέρνα και ελκυστική σχεδιαστική επιλογή που μπορεί να ενισχύσει την οπτική ταυτότητα και την αναγνωρισιμότητα μιας εταιρείας. Η διχρωμία gradient επιτυγχάνεται μέσω της συνδυαστικής χρήσης δύο διαφορετικών χρωμάτων, τα οποία συνδυάζονται με ομαλές μεταβάσεις για να δημιουργήσουν ένα μοναδικό και δυναμικό αποτέλεσμα. Η τεχνική του gradient επιτρέπει τη δημιουργία ομαλών μεταβάσεων μεταξύ των δύο χρωμάτων. Η ομαλή μετάβαση μεταξύ των δύο χρωμάτων μπορεί να είναι πολύ ελκυστική για το μάτι, προσελκύοντας την προσοχή των καταναλωτών και κάνοντας το λογότυπο πιο ευδιάκριτο. Η διχρωμία με gradient, λοιπόν, δεν είναι μόνο μια αισθητική επιλογή αλλά και μια στρατηγική που μπορεί να ενισχύσει την επικοινωνία και την εικόνα της εταιρείας.



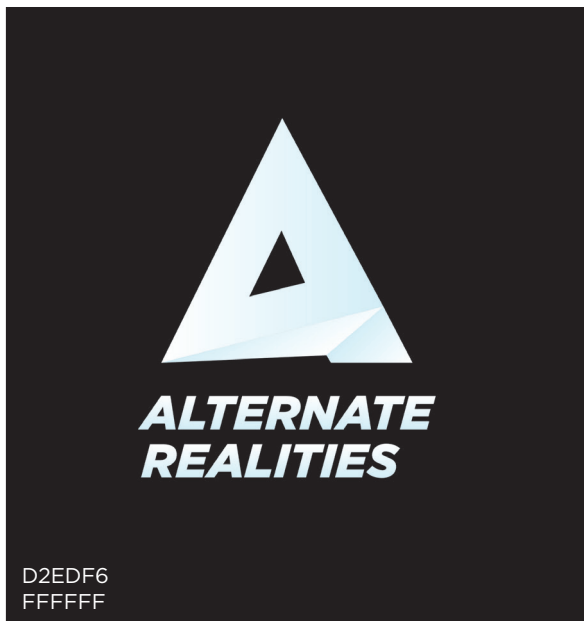
Δοκιμή Τριχρωμίας σε Neutral Χρώματα

Η χρήση τριχρωμίας σε ένα λογότυπο αποτελεί μια στρατηγική επιλογή που μπορεί να ενισχύσει την οπτική ταυτότητα και την αναγνωρισιμότητα μιας εταιρείας. Η τριχρωμία επιτυγχάνεται μέσω της συνδυαστικής χρήσης τριών διαφορετικών χρωμάτων, τα οποία επιλέγονται προσεκτικά για να δημιουργήσουν οπτική αρμονία και να επικοινωνήσουν συγκεκριμένα μηνύματα ή συναισθήματα. Η χρήση τριών χρωμάτων μπορεί να βοηθήσει ένα λογότυπο να ξεχωρίσει από τον ανταγωνισμό, καθιστώντας το πιο αναγνωρίσιμο και μοναδικό. Τα χρώματα επιλέγονται με βάση τις αρχές της χρωματολογίας, λαμβάνοντας υπόψη την αρμονία και τις αντιθέσεις. Χρησιμοποιούνται χρώματα που βρίσκονται σε ίσες αποστάσεις στον χρωματικό κύκλο.



Επιλογή Χρώματος

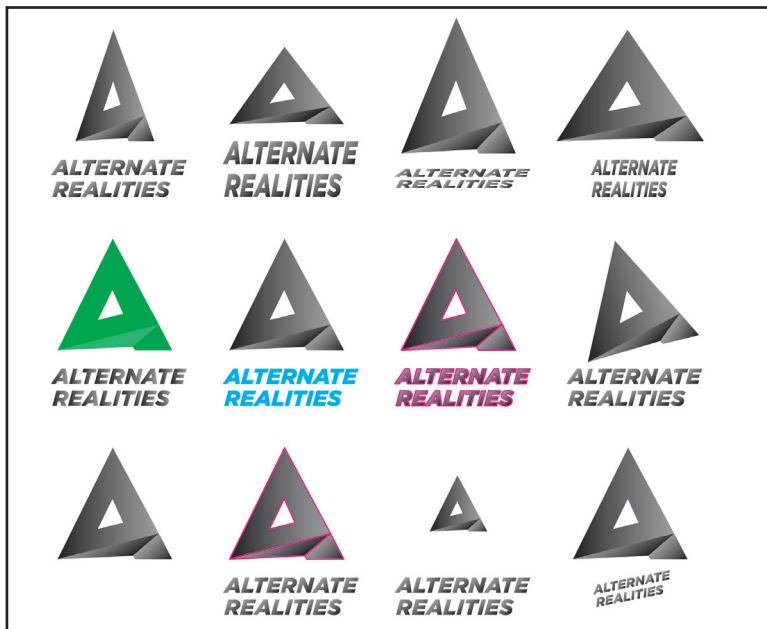
Η επιλογή χρώματος για το gradient χρώμα με κωδικό **RGB D2EDF6** και **RGB FFFFFFFF** δημιουργεί μια εντυπωσιακή αίσθηση βαθύτητας και σκιάς. Η συνδυασμένη απόχρωση του ανοικτού γαλάζιου με το λευκό παράγει έναν έντονο, αλλά παράλληλα ισορροπημένο τόνο, ο οποίος μπορεί να χρησιμοποιηθεί εντυπωσιακά σε γραφικά και σχεδιαστικά έργα. Η εναλλαγή ανάμεσα στις δύο αποχρώσεις προσφέρει μια οπτική βαθύτητα και διάσταση, καθιστώντας το ιδανικό για δημιουργικές εφαρμογές που απαιτούν ένα μοναδικό και προσεγμένο αισθητικό αποτέλεσμα όπως στην περίπτωση μας, για την ανάδειξη του λογοτύπου της εταιρείας. Αντίστοιχα έχει χρησιμοποιηθεί για τα θετικά background οι κωδικοί **RGB 231F20** και **RGB 9D9F9E**.



3.4 Λανθασμένη Χρήση του Λογοτύπου

Σε αυτή τη σελίδα παρατίθενται παραδείγματα που αφορούν τους τρόπους με τους οποίους το λογότυπο δεν πρέπει να χρησιμοποιείται.

- Μην αλλοιώνετε το λογότυπο συμπιέζοντας ή διαστέλνοντάς το, είτε οριζόντια, είτε κάθετα
- Μην αλλάζετε τη γραμματοσειρά
- Μην χρησιμοποιείτε σκιά ή περίγραμμα
- Τα χρώματα του λογοτύπου να μη μεταβάλλονται ούτε να εναλλάσσονται μεταξύ τους
- Μην τοποθετείτε το λογότυπο σε γωνία
- Μην αφαιρείτε οποιοδήποτε μέρος του λογοτύπου



3.5 Τυπογραφία - Στοιχεία Γραμματοσειράς

Γραμματοσειρά

Ένα από τα κύρια στοιχεία στην καθιέρωση μιας ομοιόμορφης εταιρικής ταυτότητας είναι η χρήση των επιλεγμένων γραμματοσειρών για όλα τα κείμενα. Η συνεπής χρήση των επιλεγμένων γραμματοσειρών ενισχύει τη δημόσια εικόνα. Η Gotham είναι μια γραμματοσειρά που συνδυάζει το μοντέρνο design με την ευελιξία και την ευανάγνωστη φύση, καθιστώντας την ιδανική για ποικίλες εφαρμογές. Η ιστορία και η ευρεία χρήση της την καθιστούν μια από τις πιο εμβληματικές γραμματοσειρές του 21ου αιώνα.

Gotham Greek **Bold**

ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩ
αβγδεζηθικλμνξορστυφχψω
1234567890
!;´.,@#&^%*+=-{}[]/?':

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

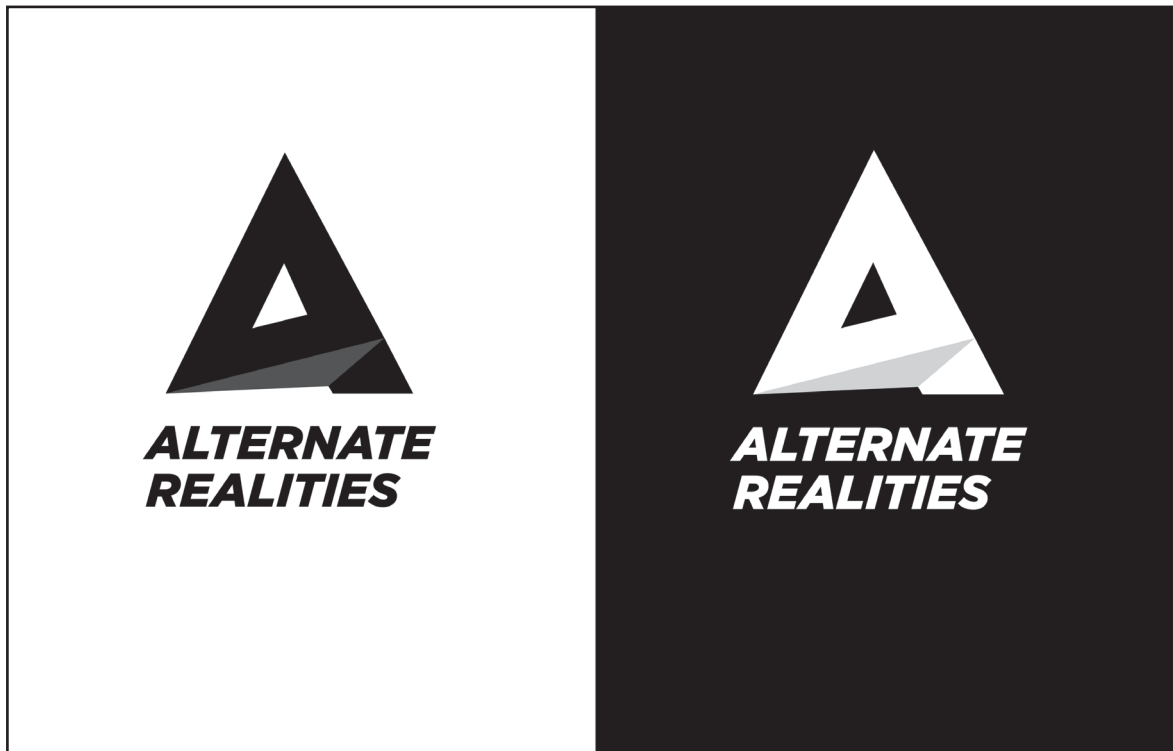
3.6 Εφαρμογές του Λογοτύπου

Διάφορα Μεγέθη

Κατά τον σχεδιασμό ενός σήματος - λογοτύπου εξαιρετικά σημαντικό ρόλο παίζει και η δοκιμή του πάνω σε διάφορα μεγέθη. Με αυτόν τον τρόπο ελέγχουμε την λειτουργικότητα του αλλά και την αναγνωρισιμότητα σε πολύ μικρά μεγέθη. Το λογότυπό μας πρέπει πάντα να είναι εύκολα διακριτό και όλες οι αναπαραγωγές του να έχουν συνέπεια. Αυτός είναι ο λόγος που έχει καθιερωθεί ένα ελάχιστο μέγεθος. Το σύμβολο πρέπει να έχει **ελάχιστο ύψος 7 χιλ.** Δεν υπάρχει μέγιστο μέγεθος στο οποίο μπορεί να αναπαραχθεί το λογότυπο.

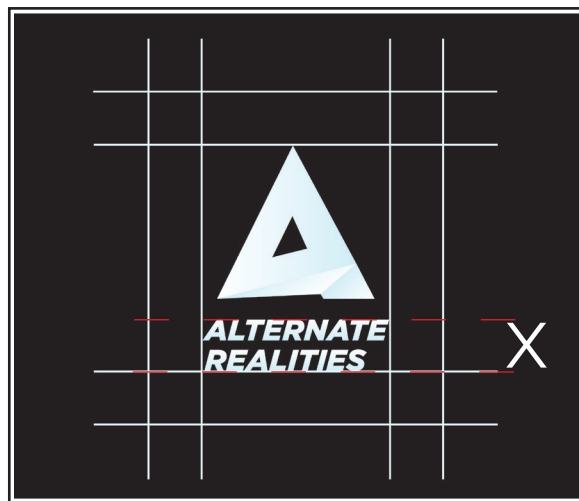
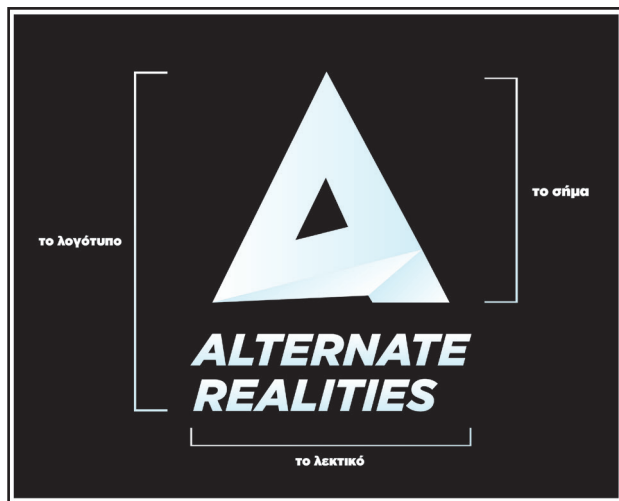


Θετικό/Αρνητικό



3.7 Περιθώρια Ασφάλειας Λογοτύπου

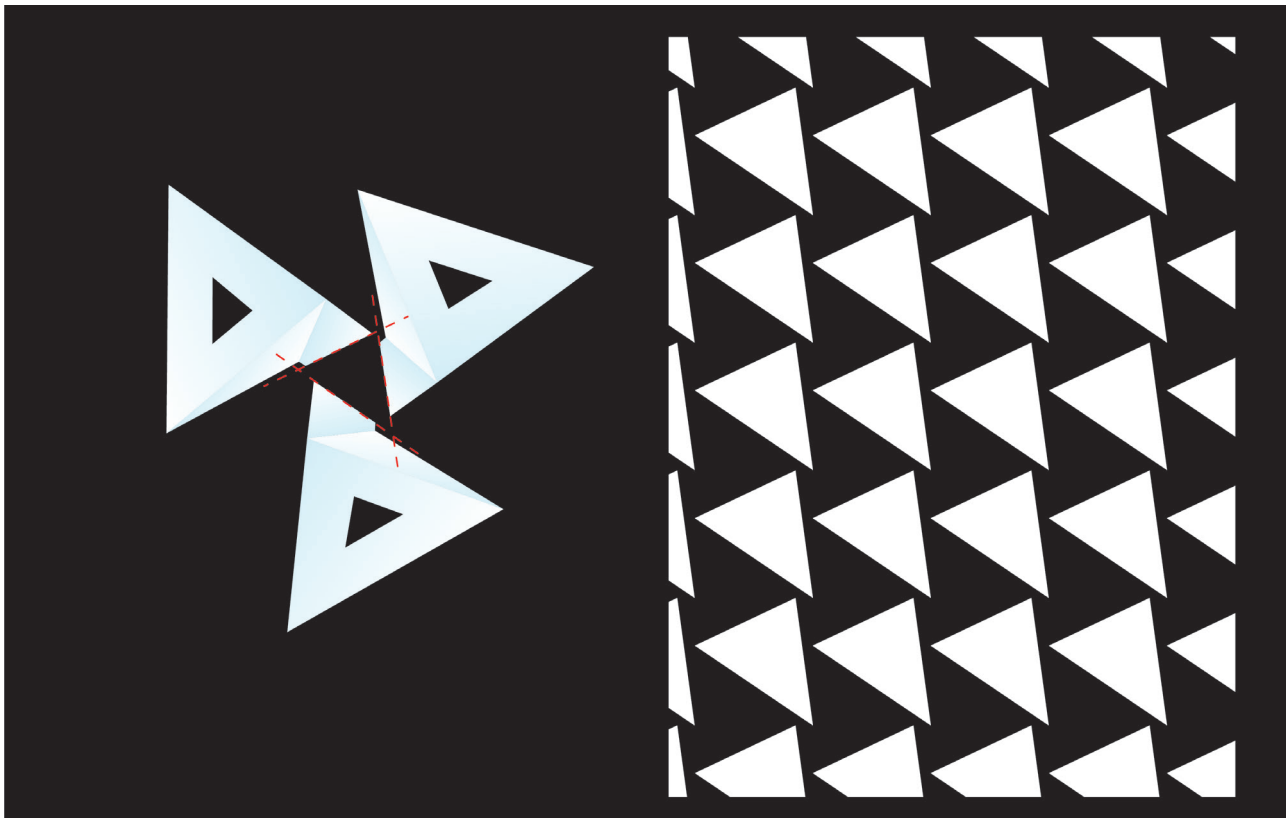
Με στόχο να διασφαλιστεί η αναγνωσιμότητα και η δυναμική παρουσία, το λογότυπο απαιτεί ένα περιθώριο ασφάλειας το οποίο να είναι καθαρό από άλλα γραφικά στοιχεία ή κείμενα. Το προτεινόμενο περιθώριο ασφάλειας εξυπηρετεί την προστασία του λογότυπου. Επειδή το λογότυπο θα εμφανίζεται σε διάφορες εφαρμογές και μορφές, το περιθώριο ασφάλειας θα εξασφαλίζει ευκρίνεια και δυναμική παρουσία. Όπου είναι δυνατόν, αφήνουμε περισσότερο από το ελάχιστο περιθώριο ασφάλειας γύρω από το λογότυπο.



Όπως εμφανίζεται, το ελάχιστο περιθώριο ασφάλειας πάνω, κάτω, αριστερά και δεξιά αντιστοιχεί με το X, ύψος του λεκτικού. Αφήνετε πάντα τουλάχιστον αυτό το ελάχιστο περιθώριο γύρω από το λογότυπο. Έχει σημασία να τηρείται αυτός ο κανόνας και να διατηρούνται σε όλες τις περιπτώσεις τα περιθώρια ασφάλειας.

Το λογότυπο είναι διαθέσιμο στην αγγλική γλώσσα, οι προδιαγραφές για τους χρωματικούς κώδικες και την αναπαραγωγή του λογότυπου, καθώς και λεπτομέρειες σχετικά με τα διάφορα επικοινωνιακά εργαλεία πάνω στα οποία θα εμφανίζεται, υπάρχουν στις σελίδες που ακολουθούν. Το λογότυπο υπάρχει στις ακόλουθες μορφές, eps (για όλες τις επαγγελματικές εφαρμογές εκτύπωσης), jpeg (για προγράμματα Microsoft), gif (για χρήση στο διαδίκτυο).

3.8 Σχεδιασμός Pattern



3.9 Τελικό Αποτέλεσμα Λογοτύπου



3.10 Εφαρμογές - Προώθηση Εταιρικής Ταυτότητας

Επαγγελματική Κάρτα Διπλής Όψευς



Σημειωματάριο A5



Πινακίδα - Επιγραφή Εξωτερικού Χώρου



Πανακίδα - Επιγραφή Εσωτερικού Χώρου



T-Shirt για το προσωπικό της εταιρείας



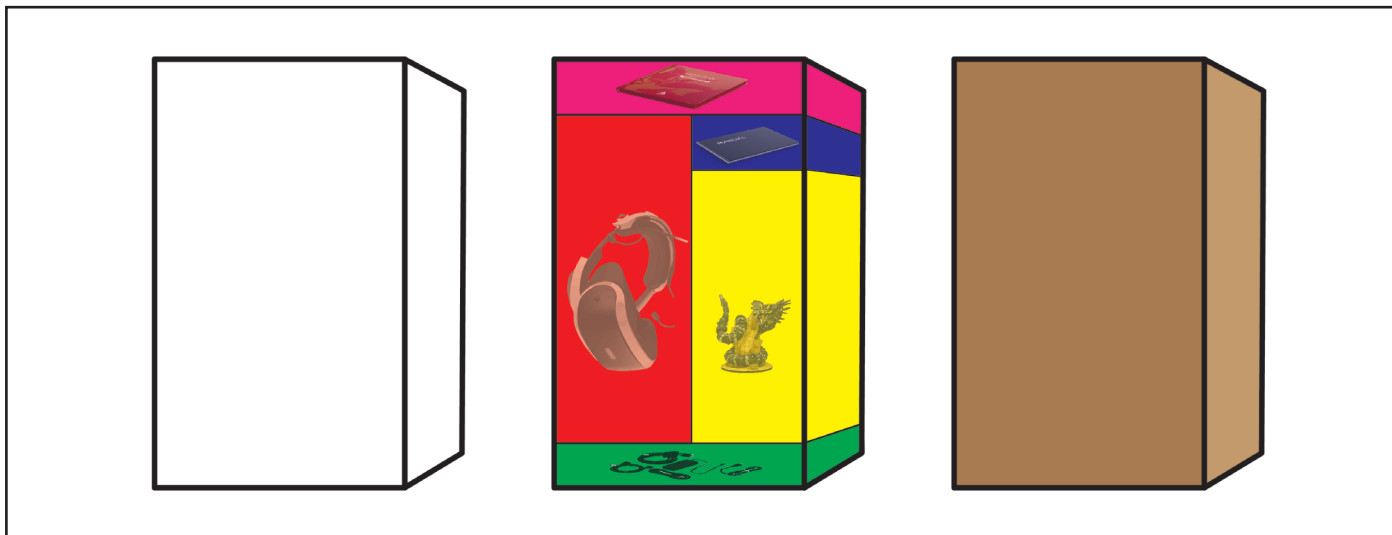
4. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ - ΔΟΜΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

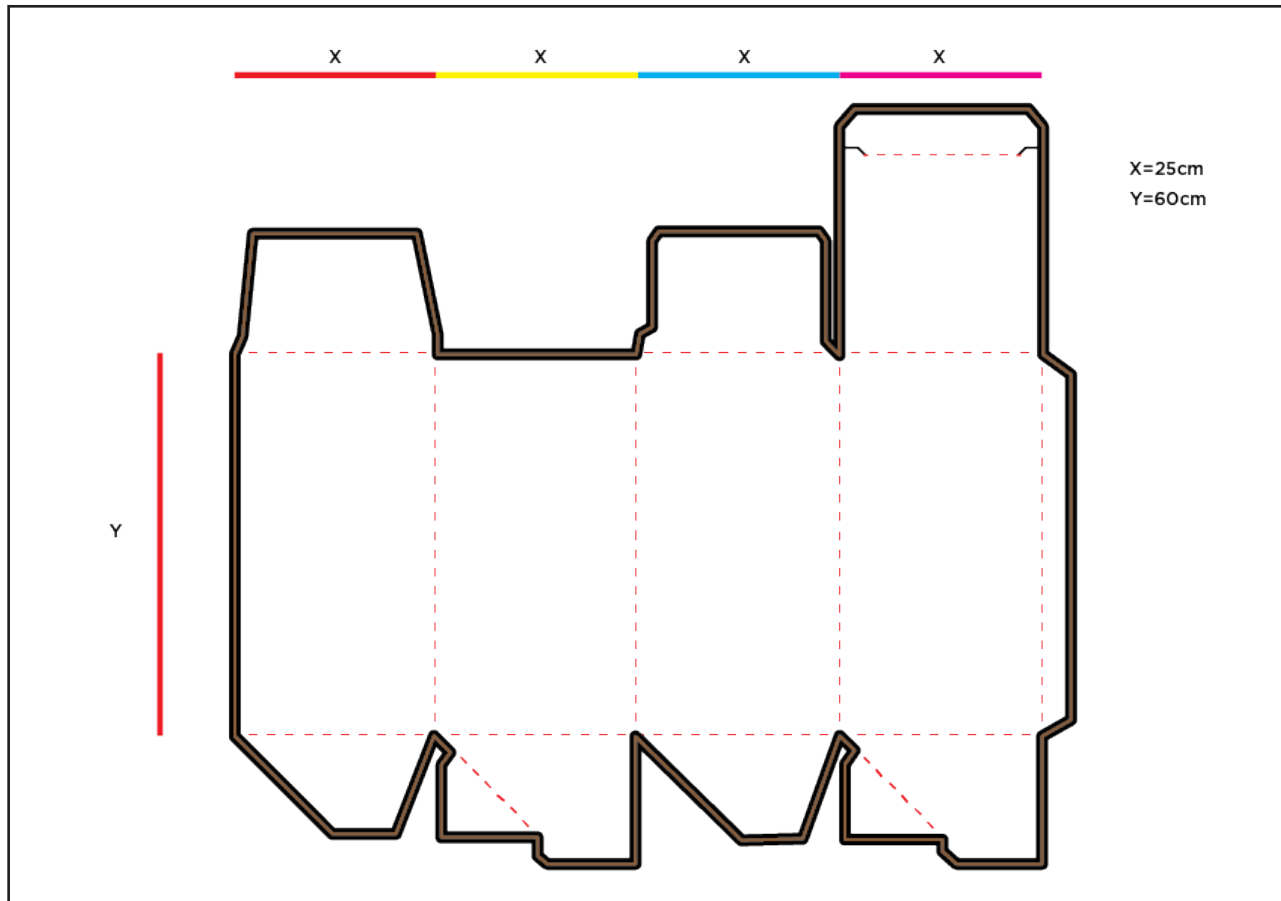
4.1 Σχεδιασμός Κουτιού

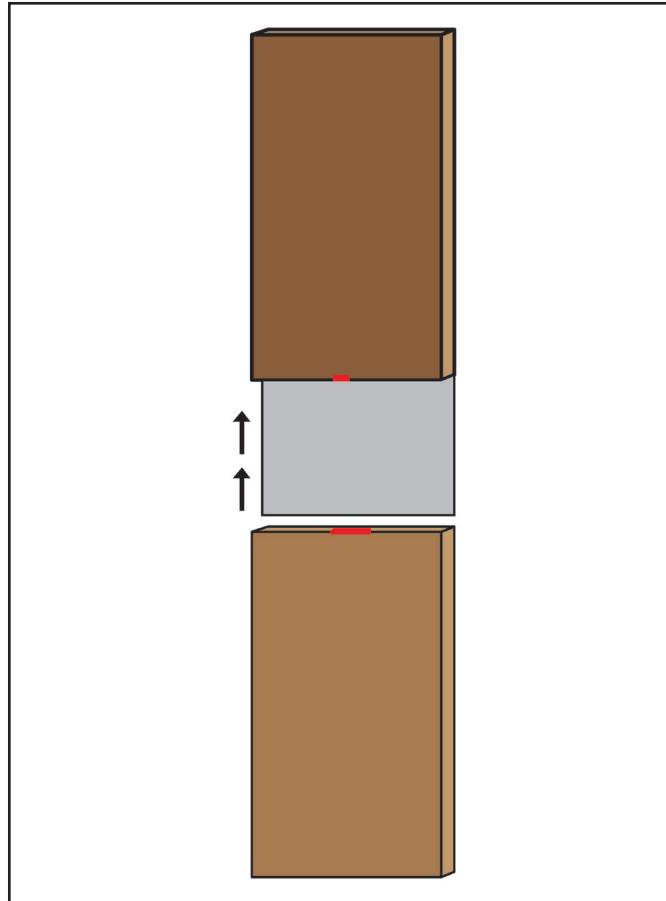
Ο σχεδιασμός συσκευασίας μας για το VR Headset διαβαθμίζεται σε τρεις διαφορετικές περιοχές του σχεδίου:

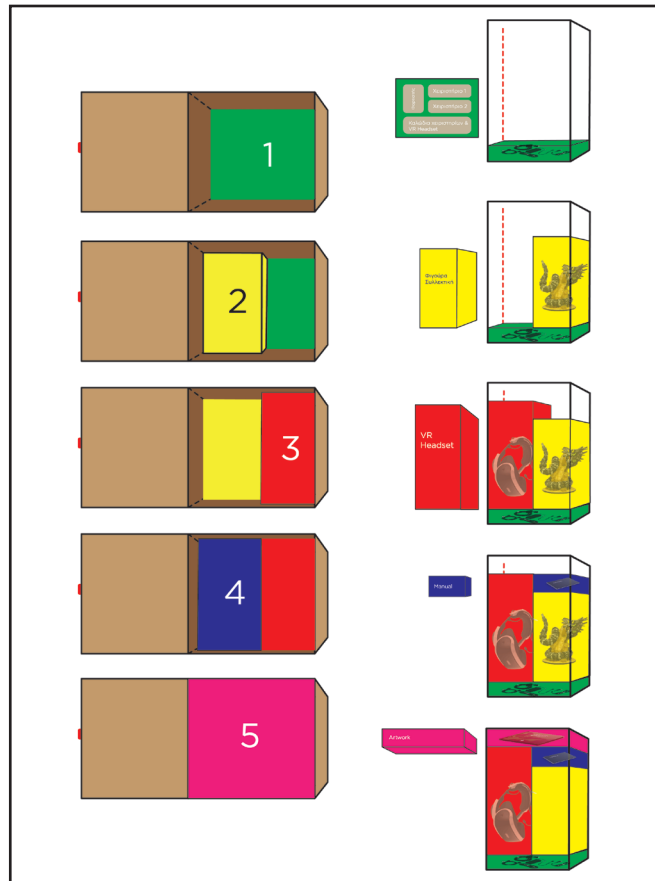
- Ο **τριδιάστατος σχεδιασμός**, ο οποίος είναι το επίπεδο σύλληψης της σχεδιαστικής μορφή της συσκευασίας καθώς διαμορφώνεται ανάλογα με το προϊόν , δηλαδή το σχήμα, τα υλικά ή το περιβάλλον που λειτουργεί και φιλοξενείται αυτό.
- Ο **παραγωγικός σχεδιασμός**, δηλαδή ο σχεδιαστικός προσανατολισμός που πρέπει να ακολουθήσει μια συσκευασία με γνώμονα τον όγκο της, για τη λειτουργική και χρηστική της σημασία προς όφελος του καταναλωτή.
- Ο **γραφιστικός σχεδιασμός**, στον οποίο ο σχεδιαστής τροποποιεί ή δημιουργεί τα γραφικά μιας εκτυπωμένης επιφάνειας, όπως μια τυπωμένη ετικέτα (μια δουλειά σε δύο διαστάσεις).

Ο συνδυασμός των τριών αυτών σχεδιασμών μας δίνει μια ολοκληρωμένη συσκευασία σε όλα τα επίπεδα.

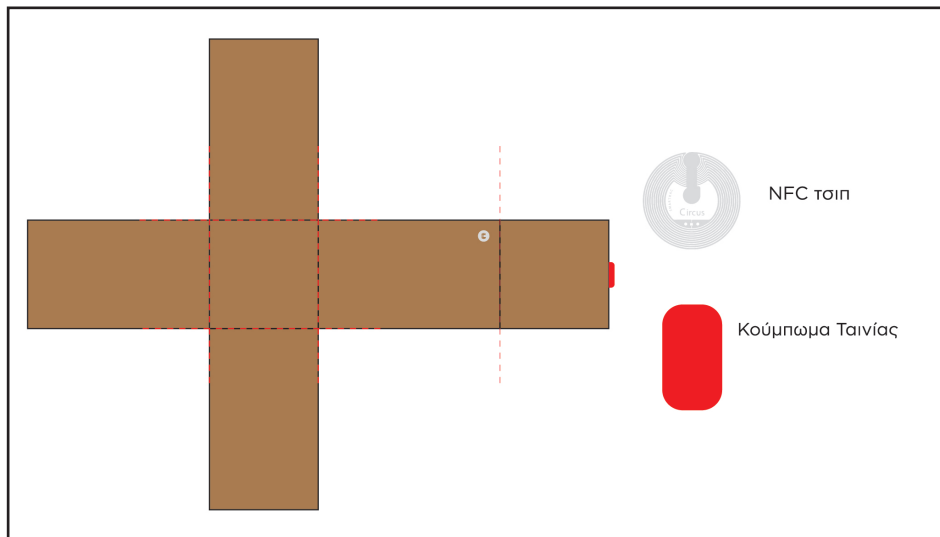








Στις παραπάνω εικόνες βλέπουμε δύο σχεδιαστικά blueprints, στα οποία γίνεται μια επεξήγηση του κουτιού. Στην αριστερή εικόνα βλέπουμε την συσκευασία ανοιχτή σε κλίμακα 1/10 έτσι ώστε να πάρουμε μια οπτική εικόνα του δεσίματος του κουτιού. Στην δεξιά εικόνα παρατηρούμε από πάνω αριστερά το κουτί μας σε δύο μορφές, κάθετο και οριζόντιο. Συνεχίζουμε προς τα κάτω αριστερά και βλέπουμε το πως η εσωτερική συσκευασία του κουτιού βγαίνει. Στα σχέδια δεξιά του blueprint μας μπορούμε να δούμε αριθμούς και κάποια χρώματα, με αυτόν το τρόπο δείχνουμε την σειρά των συσκευασιών που θα υπάρχουν στο κουτί, με το νούμερο 1 να είναι το κουτί που θα περιλαμβάνει καλώδια, φορτιστές και τα χειριστήρια, για αυτό και τα τοποθετήσαμε στο κάτω μέρος της συσκευασίας μας έτσι ώστε να είναι προστατευμένα, στο νούμερο 2, το κίτρινο κουτί περιλαμβάνει την συλλεκτική φιγούρα του παιχνιδιού, το νούμερο 3 περιέχει μέσα το VR headset, το νούμερο 4 έχει οδηγίες χρήσης, την εγγύηση του προϊόντος και αυτοκόλλητα, το νούμερο 5 είναι το βιβλίο Artwork που δίνεται από την εταιρεία του παιχνιδιού και περιέχει χάρτες, τους χαρακτήρες του παιχνιδιού, τις πόλεις και ότι άλλο περιλαμβάνει το παιχνίδι. Τέλος στην δεξιά πλευρά της εικόνας φαίνεται σταδιακά πως τοποθετούνται ολοκληρωμένα όλες οι συσκευασίες στο κουτί.



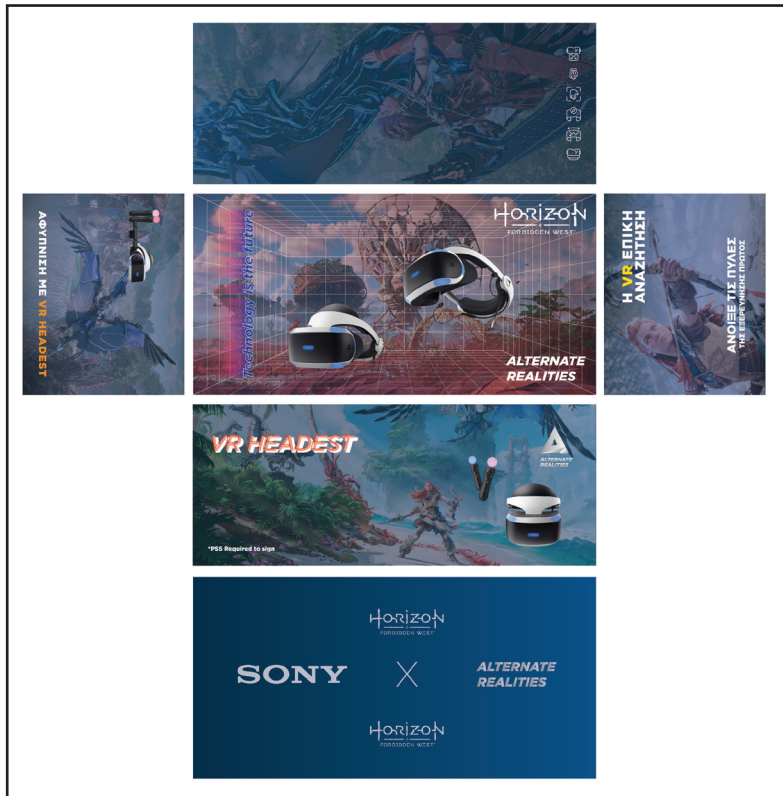
4.2 Σχεδίαση Κουτιού

Η συσκευασία αποτελείται από ένα εξωτερικό χάρτινο ορθογώνιο σε σχήμα κουτί, το οποίο έχει κατασκευαστεί από κυματοειδές χαρτόνι (Corrugated Cardboard), ώστε να εξυπηρετεί τον ρόλο ενός εξωτερικού καλύπτρου για την εσωτερική κύρια συσκευασία. Στην πρόσοψη της συσκευασίας βλέπουμε σε ένα 3D Verse του κόσμου που διαδραματίζει το εν λόγω παιχνίδι του VR set. Φέρει επίσης και το λογότυπο της εταιρείας μας (Alternate Realities) καθώς και τον τίτλο του παιχνιδιού. Τέλος, έχουμε επιλέξει και ένα δημοφιλές σλόγκαν ώστε να βοηθήσει στην προώθηση του προϊόντος αλλά παράλληλα και να συμβάλει θετικά στην αισθητική της συσκευασίας μας. Φυσικά από την πρόσοψη της συσκευασίας δεν θα λείπει και η παρουσίαση του VR Headset που είναι και το προϊόν το οποίο προωθείται από την συγκεκριμένη συσκευασία. Στις πλάγιες όψεις του κουτιού εξακολουθούν να πρωταγωνιστούν ως φόντο, διάφορες επικές στιγμές του παιχνιδιού, με φράσεις που βοηθούν στην ολοκλήρωση της παρουσίασης αλλά και εικόνες από τον βοηθητικό εξοπλισμό που προσφέρεται μέσα στη συσκευασία.

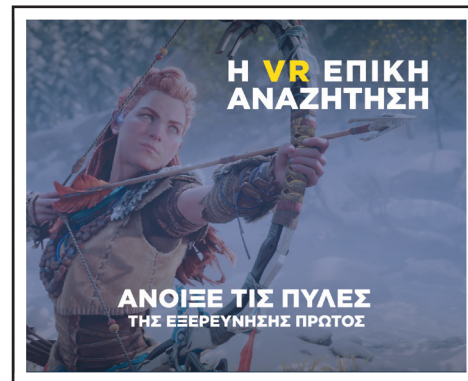
Στην πίσω όψη της συσκευασίας, μέρος της συσκευασίας που συχνά παραμελείται από πολλούς σχεδιαστές, έχουμε επιλέξει να εντάξουμε ένα πολύ σημαντικό κομμάτι μιας καλής συσκευασίας, το οποίο είναι η σήμανση του κουτιού για τον καταναλωτή. Για την σήμανση θα κάνουμε λόγο αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο της εργασίας. Στην κάτωψη της συσκευασίας μας αναγράφονται τα logo Alternate Realities και του παιχνιδιού.



Πριν φτάσουμε στο προηγούμενο αποτέλεσμα, ας δούμε πρώτα την αναδρομή των συσκευασιών στο εξωτερικό μέρος της συσκευασίας μας. Το πρώτο δείγμα υλοποίησης πήρε μορφή σε οριζόντιο άξονα όπως παρατηρούμε στις παρακάτω εικόνες και έχουν χρησιμοποιηθεί φωτογραφίες βγαλμένες μέσα από το παιχνίδι σε συνδυασμό με γραφικά που έχουν προστεθεί πάνω από αυτά.



Κοντινά του εξωτερικού μέρους

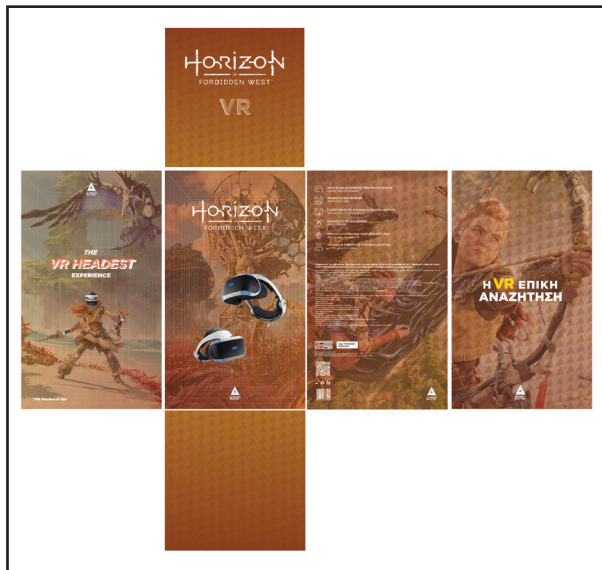


Στις παρακάτω εικόνες βλέπουμε την δεύτερη προσπάθεια του γραφιστικού σχεδιασμού σε κατακόρυφο άξονα. Στην περίπτωση αυτή υπάρχει προσαρμογή των γραφιστικών και των εικόνων με πρόσθετες πληροφορίες.

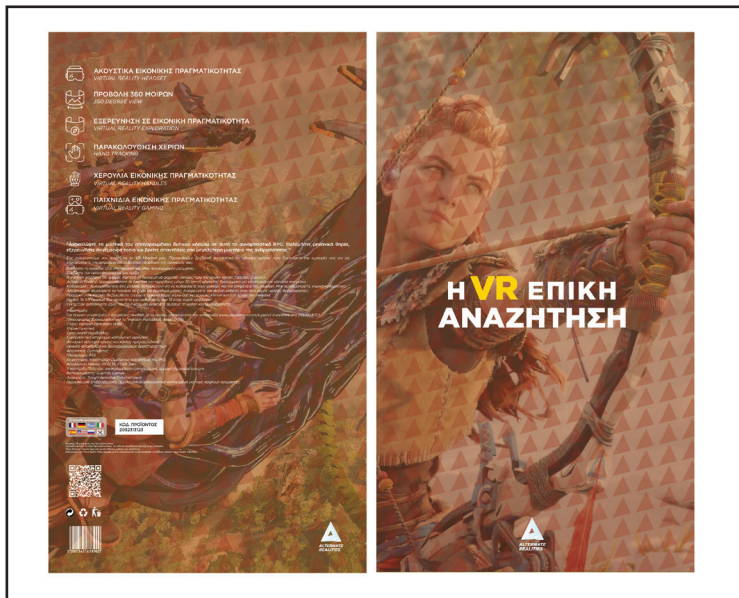
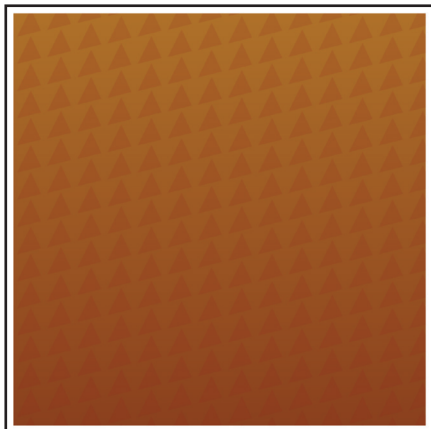




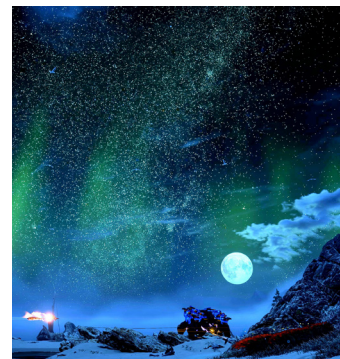
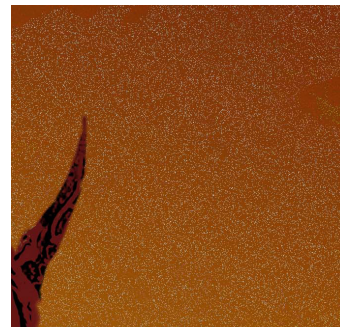
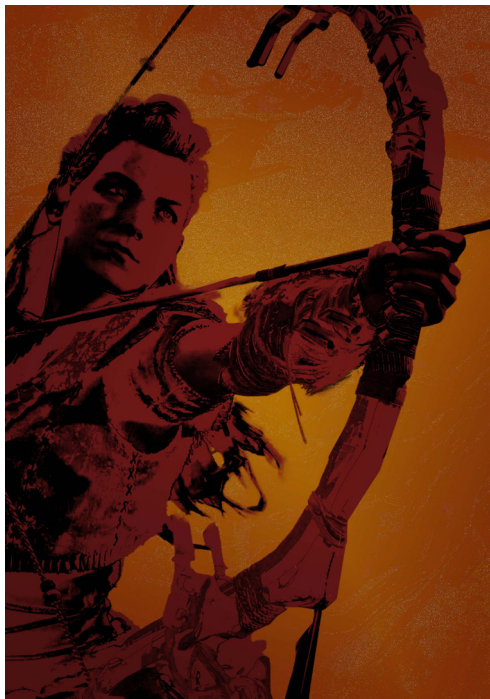
Στην επόμενη προσπάθεια έχει χρησιμοποιηθεί ο κατακόρυφος άξονας μιας και λειτουργεί στην συσκευασία μας. Αυτή τη φορά υπάρχει σύνθεση με τα χρώματα και έχουν επιλεγεί **8B421E, AF7129, 991B1E** έτσι ώστε να υπάρξει ταυτότητα. Υπάρχουν ελάχιστες τροποποιήσεις με τα γραφιστικά σε σχέση με τις προηγούμενες εκδοχές.

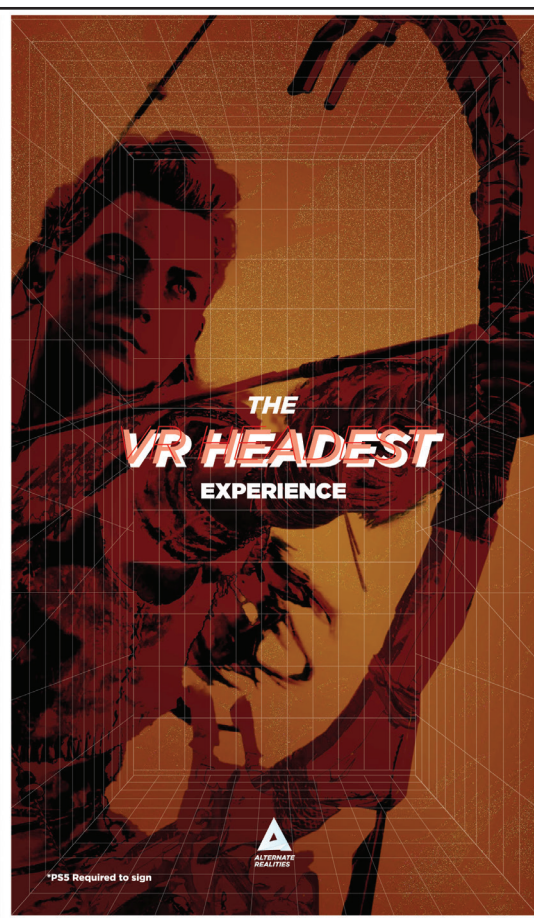
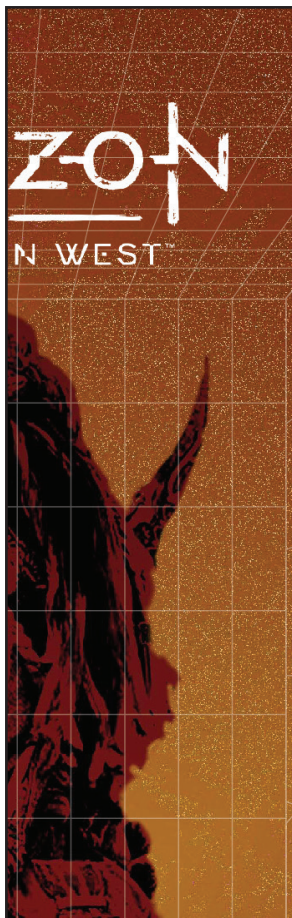


Κοντινά του εξωτερικού μέρους

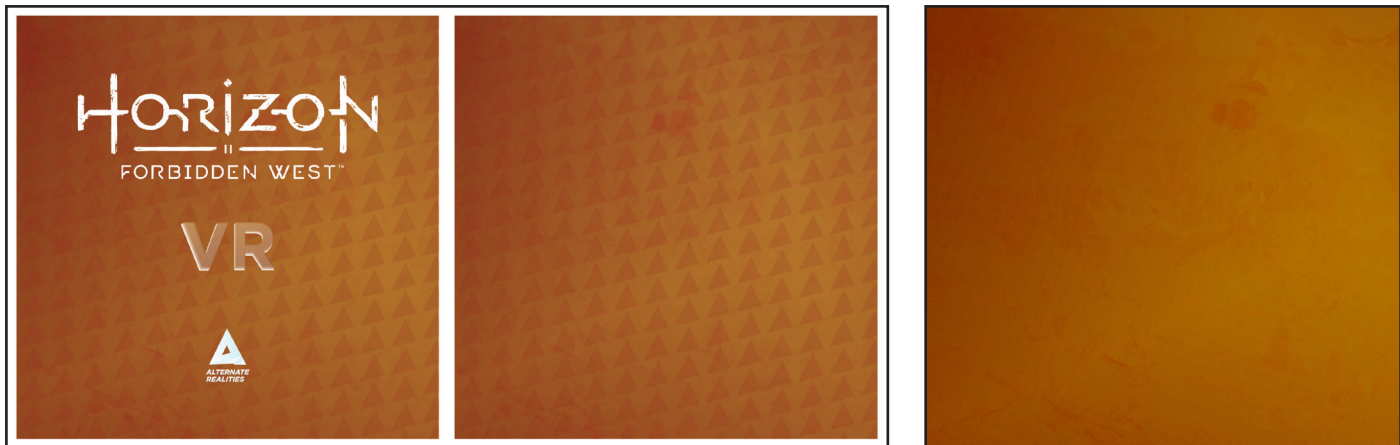


Αυτό που θέλαμε όμως είναι η συσκευασία μας να έχει κάτι το ξεχωριστό, το πολύτιμο, έτσι ξεφόνταρα τις εικόνες που είδαμε προηγουμένως στο Photoshop και άρχισα να πειραματίζομαι με αυτές. Το αποτέλεσμα τους είναι αυτό που βλέπουμε παρακάτω με αυτό το χαρακτηριστικό χρώμα που δίνει αυτή τη πινελιά που χρειάζεται η συλλεκτική μας συσκευασία. Όπως παρατηρούμε καλύτερα έχω δημιουργήσει αρκετά Layers για να βγει αυτό το δημιουργικό αποτέλεσμα στο οποίο δίνεται ένταση κυρίως στο πίσω μέρος της σύνθεσης μας, μιας και έχω δώσει αυτό το εφέ που θυμίζει ουρανό με μικρά άστρα μαζεμένα και ο λόγος που έγινε δεν ήταν τυχαίος. Μετά από έρευνα στο παιχνίδι παρατήρησα τον όμορφο κόσμο που παρέχει, υπάρχει φωτογραφία στο δεξιό μέρος κάτω για να καταλάβουμε, τραβηγμένη από το παιχνίδι.







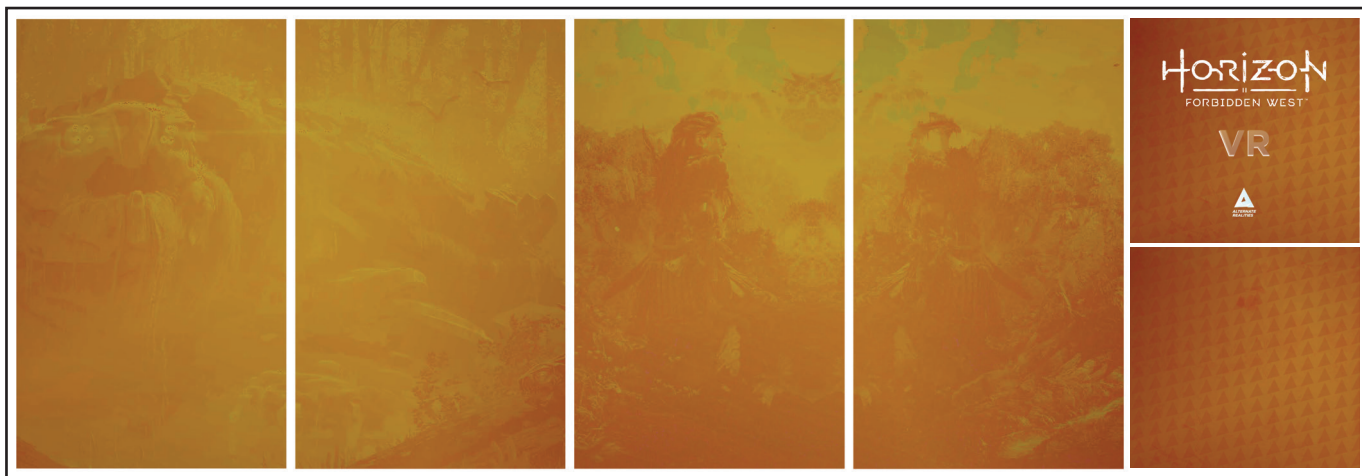


Το ίδιο συνέβη και στα δύο άκρα του κουτιού μας, δηλαδή στο πάνω και το κάτω μέρος. Δημιούργησα υφές παίρνοντας τις εικόνες που έχω επεξεργαστεί παραπάνω για να βγάλω αυτό το αποτέλεσμα στο Photoshop το οποίο προσδίδει στον καταναλωτή κατ'ι μοναδικό και ακριβό στο μάτι.



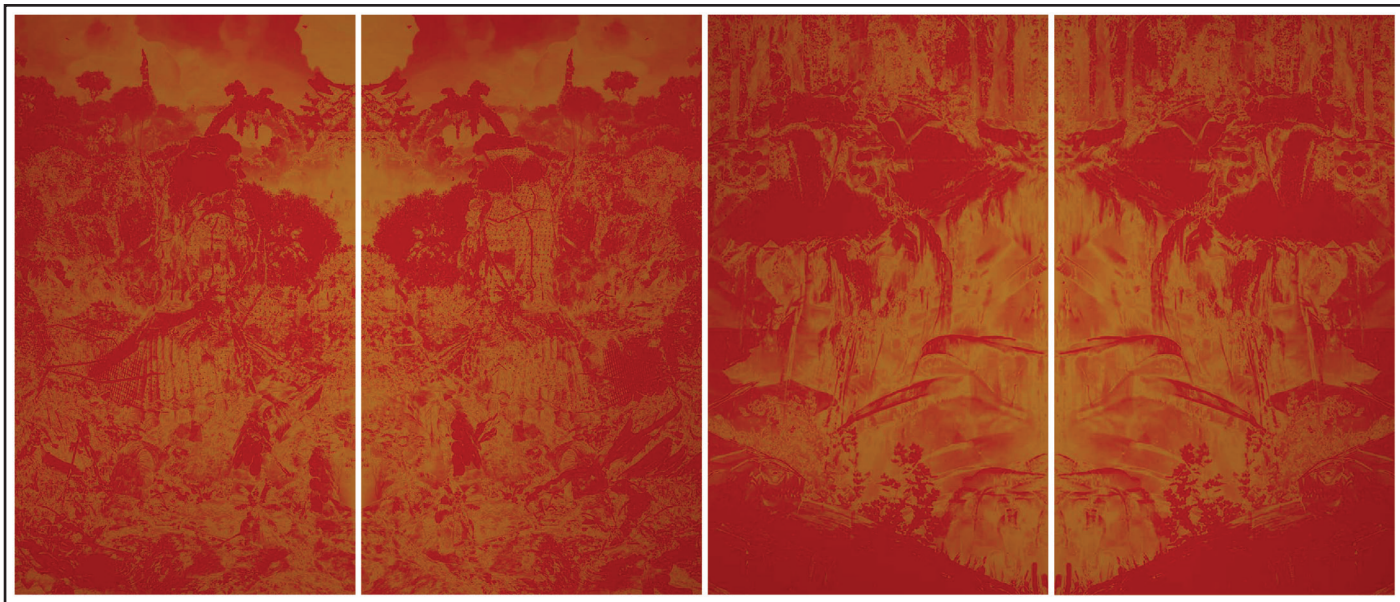
Προχωρώντας στο εσωτερικό κουτί που καλύπτεται από την συσκευασία που περιγράφηκε παραπάνω, έχουμε μια συσκευασία κατασκευασμένη αυτήν τη φορά από κουτί από Συμπαγές Χαρτόνι (Solid Board). Και πάλι στην συσκευασία πρωταγωνιστούν τα γραφιστικά του παιχνιδιού Horizon. Λεκτικά δεν έχουν προστεθεί στο τελικό αποτέλεσμα μιας και ήθελα να δώσω έμφαση σε αυτό το χρυσό χρώμα της συσκευασίας μιας και μας δίνει αυτή την μοναδικότητα στην οποία δεν χρειάζεται να προστεθούν παραπάνω πληροφορίες. Οφείλουμε να αναφέρουμε πως ο τύπος και το είδος της προστασίας που προσφέρει μια συσκευασία σε ένα προϊόν μπορεί να διαφοροποιείται σημαντικά ανάλογα με το προϊόν που συσκευάζουν. Για προϊόντα όπως τα ηλεκτρονικά αγαθά, το μέγεθος της συσκευασίας μπορεί να καθοριστεί από την ανάγκη για προστασία του προϊόντος.

Πριν όμως φτάσουμε στο τελικό αποτέλεσμα που βλέπουμε παρακάτω ας δούμε την πορεία του σχεδιασμού με άλλες δύο πτυχές σκέψης για να προκύψει αυτή η σύνθεση για το εσωτερικό μέρος.





Παρατηρούμε παραπάνω την σύνθεση για το εσωτερικό, στο πάνω μέρος υπάρχει ένα οριζόντιο παραλληλόγραμμο σχήμα το οποίο τυλίγει την συσκευασία μας με τρόπο τέτοιο στο οποίο να αναγράφονται πάνω σε αυτό το μοντέλο της κονσόλας που υποστηρίζεται το παιχνίδι μαζί με το VR και τον μοναδικό αριθμό που φέρει η συσκευασία μας. Μοναδικός αριθμός διότι η συγκεκριμένη συσκευασία μιας και είναι συλλεκτική θα λανσάρει παγκοσμίως 100 αντίτυπα, όπως και το αναγράφει πάνω 035 of 100, δηλαδή το 35ο πακέτο από τα 100 που υπάρχουν. Ακόμη παρατηρούμε ένα σλόγκαν και Headset του VR. Οι εικόνες στην προκειμένη περίπτωση δεν έχουν κάποια επεξεργασία, έχουν προστεθεί μόνο highlights σε αυτές για να φαίνονται πιο ελκυστικές στο μάτι. Όσο για το πάνω και κάτω μέρος του κουτιού υπάρχει ο τίτλος του παιχνιδιού μαζί την υποστήρικη VR και το λογότυπο της εταιρείας Sony που είναι τα προϊόντα.

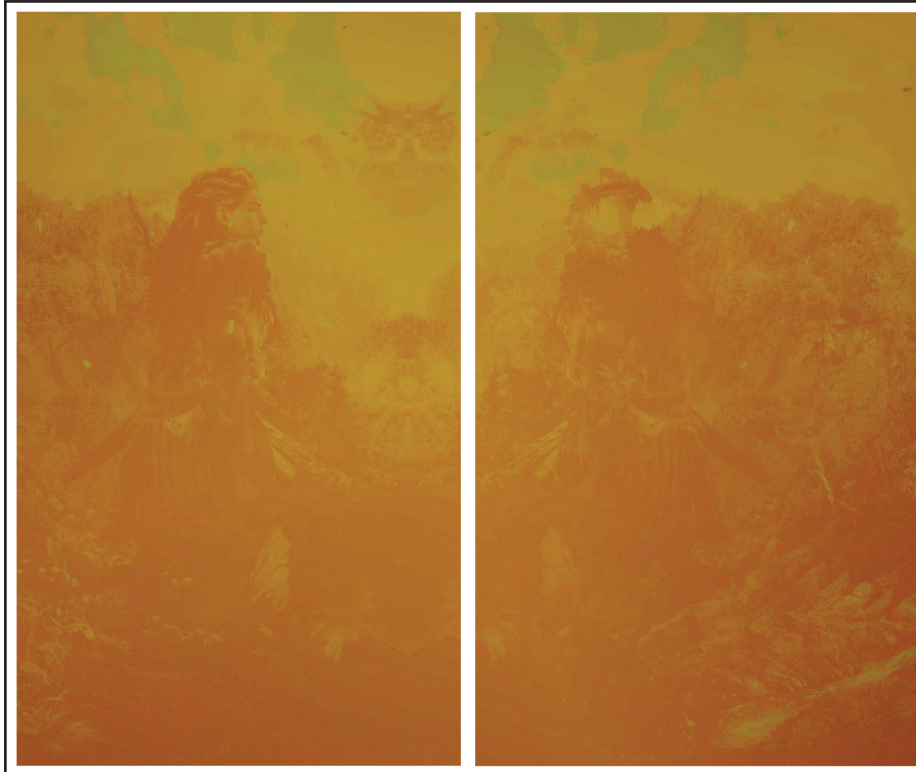


Στο παραπάνω σαλόνι βλέπουμε σχέδια από τις εικόνες που είδαμε προηγουμένως, σε αυτά έχω πάρει κομμάτια από τις εικόνες και τα έχω επεξεργαστεί με σκοπό να αλλοιώσω τις πληροφορίες. Το νόημα πίσω από αυτό είναι ότι στο παιχνίδι Horizon υπάρχουν διάφορα τέρατα που προσομοιάζουν δεινόσαυρους με πανοπλίες τεχνολογίας, τα περισσότερα από αυτά φέρουν δηλητηριώδεις ουσίες με αποτέλεσμα ο χαρακτήρας να μη βλέπει καθαρά για κάποια δεύτερα. Με αυτό το σκεπτικό μιας και το παιχνίδι πλέον θα υποστηρίζει VR και θα μπορεί να το δει ο καθένας με τα μάτια του, ήθελα να προϊδεάσω το τι θα υπάρξει στην εμπειρία του παιχνιδιού χωρίς να γίνει εύκολα αντιληπτό.

Κοντινά του εσωτερικού μέρους



Κοντινά του εσωτερικού μέρους



Μοσκιρ για να δούμε το κουτί μας, στο εσωτερικό μέρος το χρώμα είναι από την επιλογή των τριών χρωμάτων της εξωτερικής σύνθεσής μας, με κωδικό RGB 8B421E.

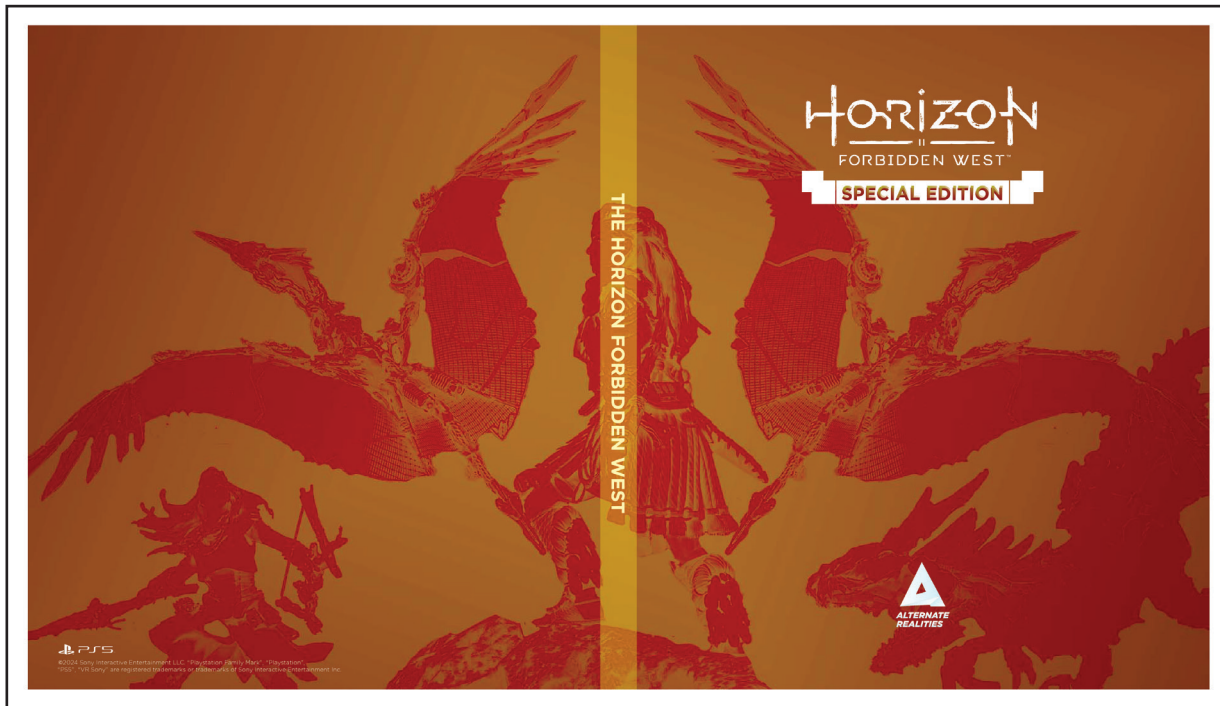


Μέσα στο κουτί αυτό, ο καταναλωτής θα συναντήσει το κύριο προϊόν δηλαδή το VR Headset, καθώς και τα joysticks που αποτελούν δευτερεύον κομμάτι του εξοπλισμού αλλά και τον συνήθη εξοπλισμό ενός ηλεκτρονικού είδους (όπως φορτιστή και καλώδια). Καθώς γνωρίζουμε ότι οι διαδικασίες ξετυλίγματος του προϊόντος αυξάνει τις προσδοκίες των καταναλωτών και εντείνει την ευχαρίστηση της αγοράς ή λήψης του, σκοπός μας ήταν να δημιουργήσουμε μια νέα εμπειρία για το άτομο που θα ανοίγει τη συσκευασία. Όπως έχουμε αναφέρει, γίνεται λόγος για ένα limited edition κομμάτι και άρα η εμπειρία θα πρέπει να είναι ακόμη πιο ξεχωριστή. Για αυτόν ακριβώς τον λόγο, εκτός από το κύριο προϊόν, ανοίγοντας το κουτί ο καταναλωτής θα βρίσκει επίσης και ένα artwork αφιερωμένο στο εν λόγω παιχνίδι και μια συλλεκτική φιγούρα από τους ήρωες που πρωταγωνιστούν στο παιχνίδι. Όλα τα προϊόντα που περιλαμβάνει το κουτί, θα είναι προσεκτικά συσκευασμένα με τρόπο ανάλογο με τις ανάγκες του καθενός. Αναλυτικότερα, το VR Headset και τα joysticks θα βρίσκονται μέσα σε υφασμάτινα πουγκιά, η φιγούρα τοποθετημένη σε ειδικό διάφανο κουτάκι, τα καλώδια και ο φορτιστής σε αφρολέξ για προστασία και όλα μέσα σε εσοχές φτιαγμένες ακριβώς στις διαστάσεις τους όπου θα χωρούν με ακρίβεια. Πάνω από αυτά τοποθετημένο θα είναι το Artwork καλυμμένο με διαφάνεια και οι οδηγίες χρήσεως.



Εικόνα 10 Φωτογραφίες Προϊόντων, Artbook, Φιγούρας που τα περιλαμβάνει η Sony

Στην παρακάτω εικόνα βλέπουμε το εξώφυλλο της συλλεκτικής έκδοσης που δημιούργησα για το Artbook που θα περιλαμβάνεται στην συσκευασία για να κάνει ακόμη πιο ξεχωριστή την εμπειρία του καταναλωτή. Οι φιγούρες που αναπαριστώνται στο εξώφυλλο είναι εμπνευσμένες από το παιχνίδι. Το εξώφυλλο του artbook είναι διακοσμημένο με πολυτελή χρυσά στοιχεία, αποπνέοντας μία αίσθηση αριστοκρατίας και μοναδικότητας. Το χρυσό χρώμα συμβολίζει την αθανασία, την πλούσια ιστορία και την αξία της τέχνης που περιέχεται μέσα στις σελίδες.

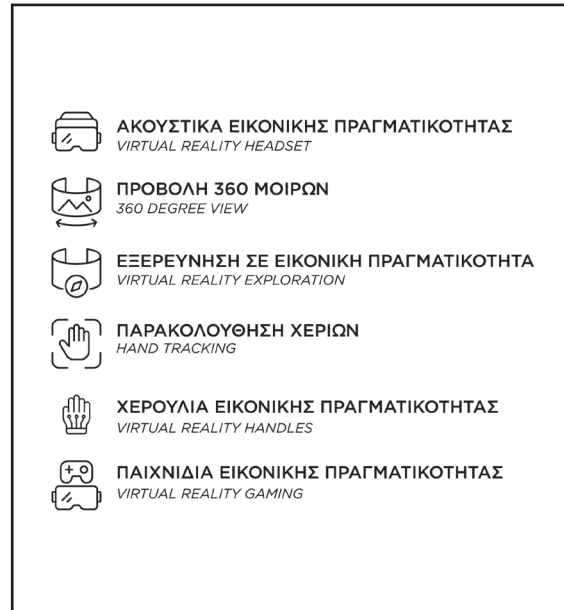
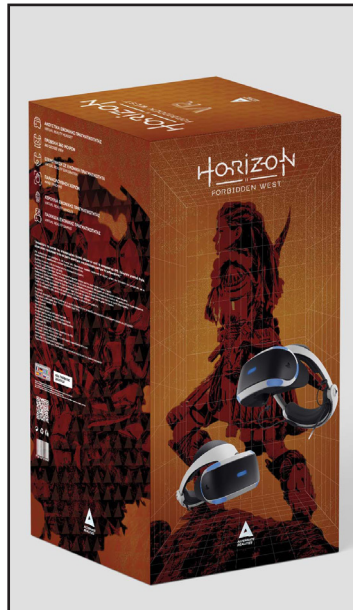


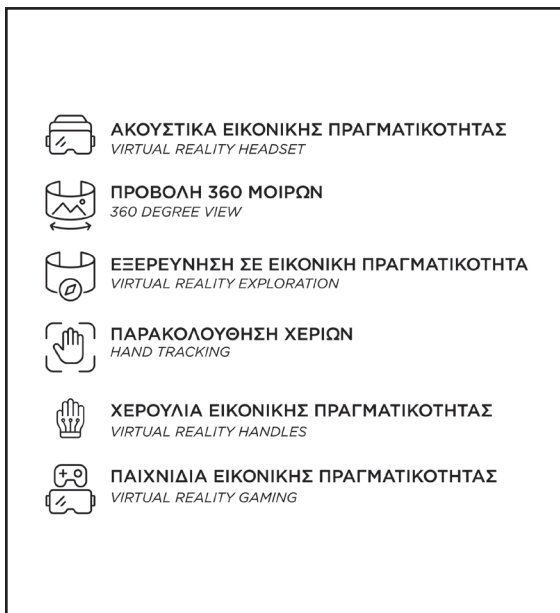
Μοκυρ για το εξώφυλλο του Artbook



4.3 Σήμανση Κουτιού

Όπως αναφέραμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο της εργασίας, η σήμανση της συσκευασίας θα αναγράφεται στο πίσω μέρος του κουτιού, με κάθε απαραίτητο σύμβολο. Ο τυπογραφικός σχεδιασμός είναι σημαντικός στη συσκευασία, επειδή ουσιαστικά δίνει τις πληροφορίες σχετικά με το προϊόν. Όλες αυτές χρειάζεται να επιδειχθούν στο πακέτο με τρόπο ευανάγνωστο για να δώσουν τη δυνατότητα στον καταναλωτή να διαβάσει και να καταλάβει την πληροφορία που κοιτάει. Για κάθε προϊόν σήμερα υπάρχει ονομασία, περιγραφή του, οδηγίες, προειδοποιήσεις ασφαλείας, πληροφορίες για τη φροντίδα του καταναλωτή και λεπτομέρειες ιδιοκτησίας. Αρχικά, ο σκοπός μας είναι η επιλογή του τυρφέας μας που θα επιδεικνύει πάνω στο πακέτο πληροφορίες με ένα σχήμα που θα είναι εύκολο να διαβαστεί. Η επιλογή καθορίζεται από παράγοντες όπως το μέγεθος του πακέτου, η έκταση των πληροφοριών και η μέθοδος του τυπώματος.





Όπως παρατηρούμε, έχω σχεδιάσει και δημιουργήσει για την συσκευασία μας έξι σύμβολα - σήματα μαζί με το επεξηγηματικό λεκτικό τους κείμενο. Όλα τα σήματα μας είναι φτιαγμένα με outline και ο ρόλος τους είναι η επεξήγηση για το VR Headset, έκανα έρευνα και βρήκα ότι στις περισσότερες συσκευασίες με τέτοια προϊόντα περιέχονται και αυτοί οι τίτλοι. Έτσι σχεδίασα αυτά τα σύμβολα με τρόπο που θεώρησα κομψό για να είναι λειτουργικό στο θεατή και να μη το πρώτο πράγμα που θα δει ο καταναλωτής. Ο στόχος μας είναι ο καταναλωτής να βλέπει πρώτα τα σχεδιαστικά κομμάτια της συσκευασίας μας και μετά τα δευτερεύοντα στοιχεία, έτσι τοποθετήθηκαν και στην πίσω όψη της συσκευασίας μαζί με τις υπόλοιπες πληροφορίες.

Στην συσκευασία μας υπάρχουν ακόμη στοιχεία για να εξασφαλιστεί η σωστή πληροφόρηση. Είναι απαραίτητο να υπάρχει ένας ευανάγνωστος κωδικός προϊόντος και το barcode για την εύκολη αναγνώριση και παρακολούθηση του προϊόντος μας από τον κατασκευαστή. Το περιεχόμενο της συσκευασίας είναι μεταφρασμένο σε πολλές γλώσσες, οι οποίες αναγράφονται με τα σήματα/σημείες των χωρών

τους. Περιλαμβάνει την σήμανση ότι το προϊόν είναι ανακυκλώσιμο, προωθώντας έτσι την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και την βιωσιμότητα, έτσι επιτυγχάνουμε την εξασφάλιση της ενημέρωσης, της ασφάλειας και την σωστή εξυπηρέτηση του καταναλωτή.

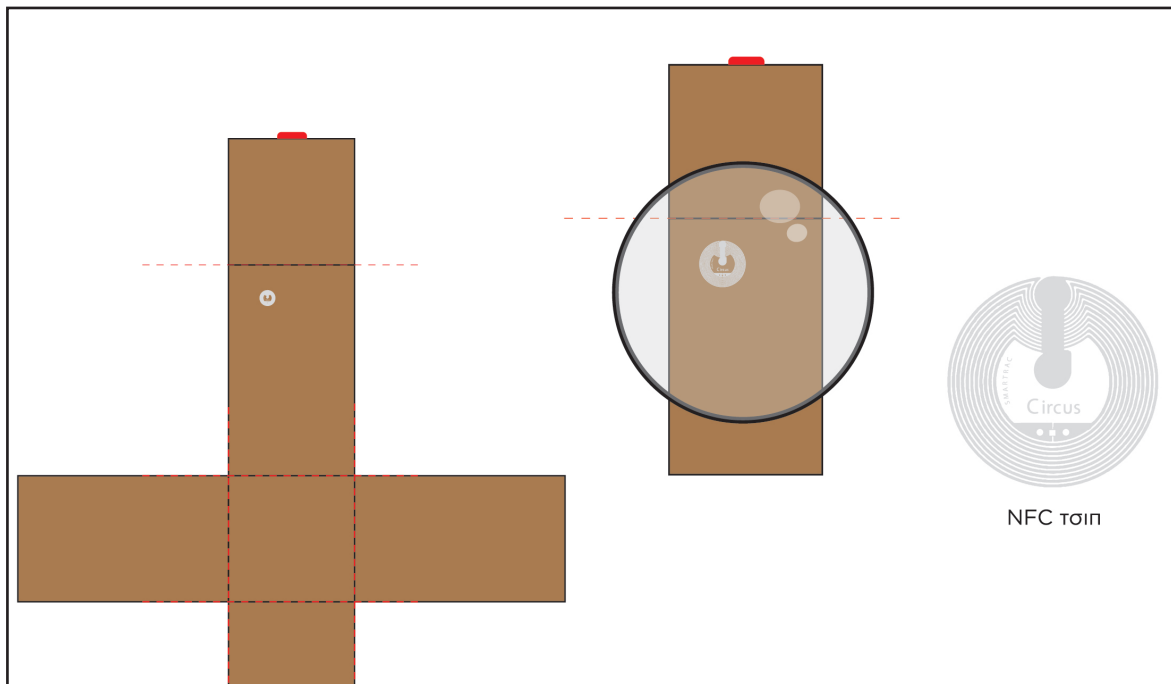
Το λογότυπο του brand ή ρωας έχει τυπωθεί με ιριδίζοντα χρώματα σε αποχρώσεις επηρεασμένες από το χρωματικό σύνολο του πακέτου, ώστε να προωθηθεί η ομοιομορφία αλλά παράλληλα να αναδειχθεί και το brand. Πιο συγκεκριμένα, το barcode ή αλλιώς ραβδοκώδικας ή γραμμωτός κώδικας, σχηματίζεται από ένα σύνολο γραμμών σε ποικίλα μεγέθη και μήκη (οι λεγόμενες ανισόπαχες γραμμές) και διαστημάτων και είναι μια εφαρμογή οπτικής αναγνώρισης, και παρέχει πληροφορίες που αφορούντο προϊόν στο οποίο αναγράφεται. Στη συγκεκριμένη συσκευασία, χρησιμοποιείται το σύστημα EAN-13, που είναι και το πλέον διαδεδομένο σύστημα barcode. Αποτελείται λοιπόν από 13 ψηφία με τον σχηματισμό γραμμών και διαστημάτων που αναφέρθηκε παραπάνω. Τα δύο πρώτα ψηφία από τα 13 του γραμμωτού κώδικα είναι ο κωδικός της χώρας όπου είναι καταχωρημένος ο κατασκευαστής, όχι όμως απαραίτητα και της χώρας που κατασκευάστηκε το προϊόν. Η Σουηδία, για παράδειγμα, έχει κωδικό χώρας 73 και η Ελλάδα 52. Τα νούμερα 520 στην αρχή ενός κωδικού λοιπόν, αποδίδεται στην Ελλάδα, κάτι που δεν συνεπάγεται σε όλες ότι τα προϊόντα είναι απαραίτητα εγχώριας κατασκευής. Τα επόμενα πέντε ψηφία κωδικοποιούν τον παραγωγό ή τον εισαγωγέα ενώ τα επόμενα πέντε είναι ο αριθμός του προϊόντος που προσδιορίζεται από τον παραγωγό για τη διευκόλυνση παρακολούθησης της αποθήκης του και των πωλήσεών του. Το τελευταίο ψηφίο του κώδικα είναι ψηφίο ελέγχου. Ο σαρωτής διαθέτει έναν τύπο που τον εφαρμόζει πάνω στα δώδεκα πρώτα ψηφία επιβεβαιώνοντας έτσι πως το αποτέλεσμα είναι ίδιο με το ψηφίο ελέγχου.

4.4 NFC

Ένας τόσο προηγμένος μηχανισμός στη συσκευασία μπορεί να ωφελήσει σε πολύ μεγάλο βαθμό την εταιρεία που θα τον ενσωματώσει. Με τη βοήθεια των RFID συστημάτων, μειώνεται το κόστος για όλη την εφοδιαστική αλυσίδα, από τον παραγωγό μέχρι τον καταναλωτή και μέχρι τα άτομα που ενδιαφέρονται για την ανακύκλωση. Η τεχνολογία NFC για την οποία και θα μιλήσουμε, είναι υποσύνολο της τεχνολογίας RFID. Η τεχνολογία NFC συναντάται κυρίως σε κινητά και tablet και ανταποκρίνεται καλύτερα σε μικρές αποστάσεις μεταφορά δεδομένων. Η συσκευή μετατρέπεται σε RFID αναγνώστη ή σε ετικέτα, μπορεί να επεξεργαστεί ετικέτες πάνω σε συσκευασίες ή σε άλλες έντυπες μορφές. Πλέον υπολογίζεται ότι πάνω από ένα δισεκατομμύριο κινητά περιέχουν εφαρμογή NFC. Για να καταστεί δυνατή η επικοινωνία μεταξύ δύο συσκευών μέσω NFC, θα πρέπει η μια από αυτές να έχει ένα σύστημα ανάγνωσης/εγγραφής για να σηματοδοτεί την διαδικασία επικοινωνίας, η οποία ονομάζεται εκκινήτης. Η δεύτερη συσκευή θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα NFC tag, έτσι ώστε να αποτελεί στόχο (“target”).

Ο λόγος όμως που ήθελα ως σχεδιαστής να χρησιμοποιήσω αυτή την έξυπνη συσκευασία για το προϊόν ήταν επειδή επωφελείται και η εταιρεία (Sony) αλλά και ο καταναλωτής. Αυτό επιτυγχάνεται ως εξής, μια εταιρεία που θα αποφασίσει να εντάξει την τεχνολογία NFC στις συσκευασίες της θα καταφέρει να επιλύσει σημαντικά ζητήματα που σχετίζονται με την προστασία των προϊόντων και την ιχνηλασιμότητα των αγαθών σε πραγματικό χρόνο. Το NFC είναι η τεχνολογική λύση που ορίζεται για την προστασία κατά της παραποίησης/

απομίμησης του προϊόντος, αντικαθιστώντας άλλες λύσεις όπως Qr Code ή ολογράμματα που είναι εύκολα αναπαραγώγιμα και παραποιήσιμα. Όσο για τους καταναλωτές τα πλεονεκτήματα που μπορούν να συμπεριληφθούν είναι, η απλούστευση των πληρωμών, η συμβατότητα της τεχνολογίας με smartphone, smartwatches και πιστωτικές κάρτες, οι συναλλαγές που εγγυώνται τη μέγιστη ασφάλεια και οι ψηφιακές αποδείξεις. Βοηθούν επίσης και στην μετάδοση πληροφοριών, σχετικών με το προϊόν της συσκευασίας στην οποία βρίσκονται, με σκοπό την διευκόλυνση των καταναλωτών για την καλύτερη γνώση του προϊόντος που αγοράζουν.



Horizon Forbidden West
Όλα όσα πρέπει να ξέρετε!

Εισαγωγή στο Παιχνίδι
Το "Horizon Forbidden West" είναι η πολυαναμενόμενη συνέχεια του δημοφιλούς παιχνιδιού "Horizon Zero Dawn". Αναπτύχθηκε από την Guerrilla Games και κυκλοφόρησε από την Sony Interactive Entertainment. Το παιχνίδι διατίθεται αποκλειστικά για την πλατφόρμα PlayStation 5.

Ιστορία και Πλοκή
Στο "Horizon Forbidden West", οι παίκτες αναλαμβάνουν τον ρόλο της Aloy, μιας νεαρής κυνηγού από τη φυλή των Nora, η οποία ταξιδεύει σε μια μετασκαμμένη Αμερική του μέλλοντος. Η ιστορία εκτυλίσσεται στην δυτική ακτή της Αμερικής, από τη Utah μέχρι τον Ειρηνικό Ωκεανό, όπου αναζητά τις αιτίες μιας καταστροφικής πανώλης που καταστρέφει τη γη. Κατά τη διάρκεια της περιπέτειας της, η Aloy αντιμετωπίζει νέες μηχανές, ανακαλύπτει αρχαία μυστικά και σχηματίζει συμμαχίες με νέες φυλές.

BINTEO

Gameplay
Το "Horizon Forbidden West" προσφέρει μια ανοικτόκοσμη εμπειρία με έντονο περιβαλλοντικό σχεδιασμό. Το gameplay περιλαμβάνει:
Εξερεύνηση: Οι παίκτες μπορούν να εξερευνηθούν εκτεταμένες περιοχές, από πυκνά δάση και ερημικές πεδιάδες, μέχρι υποβυθισμένους κάσους.
Μάχες: Οι μάχες με τις μηχανές και άλλους εχθρούς είναι έντονες και απαιτούν στρατηγική, με την Aloy να χρησιμοποιεί μια ποικιλία από όπλα και παγίδες.
Αναβάθμισης και Crafting: Οι παίκτες μπορούν να συλλέξουν πόρους για να κατασκευάσουν νέα όπλα και εξοπλισμό, καθώς και να αναβαθμίσουν τις ικανότητες της Aloy.

Αποστολές και Παράλευρες Αποστολές: Το παιχνίδι περιλαμβάνει κύριες και παράλευρες αποστολές που προσφέρουν επιπλέον ιστορία και προκλήσεις.

Γραφικά και Τεχνολογία
Το "Horizon Forbidden West" εκμεταλλεύεται πλήρως τις δυνατότητες του PlayStation 5, προσφέροντας εκπληκτικά γραφικά με λεπτομερή περιβάλλοντα και ρεαλιστικούς χαρακτήρες. Η τεχνολογία αιχμής επιτρέπει επίσης ταχύτερους χρόνους φόρτωσης και βελτιωμένη απόδοση.

Ημερομηνία Κυκλοφορίας και Διαθεσιμότητα
Το "Horizon Forbidden West" κυκλοφόρησε στις 18 Φεβρουαρίου 2022. Το παιχνίδι είναι διαθέσιμο τόσο για PlayStation 4 όσο και για PlayStation 5, με τη δεύτερη έκδοση να προσφέρει βελτιωμένα γραφικά και απόδοση.

Το "Horizon Forbidden West" συνεχίζει την κληρονομιά του προκατόχου του, προσφέροντας μια συναρπαστική περιπέτεια σε έναν όμορφο σχεδιασμένο κόσμο. Με την εμπλουτισμένη ιστορία, τις επιπλέον μάχες και την επιπλέον τεχνολογία, το παιχνίδι αποτελεί απαραίτητη προέκταση για κάθε φαν των ανοικτόκοσμων RPG.

SONY PLAYSTATION

Οι εικόνες δείχνουν την ροή της ενημερωτικού Application. Βίντεο φτιαγμένο από τον φοιτητή για την επεξήγηση της λειτουργικότητας του NFC στον καταναλωτή, πατήστε Copy + Paste σε ένα πρόγραμμα περιήγησης για να μεταβείτε στο βίντεο παρακάτω:

<https://youtu.be/rwFAvmerQKE>

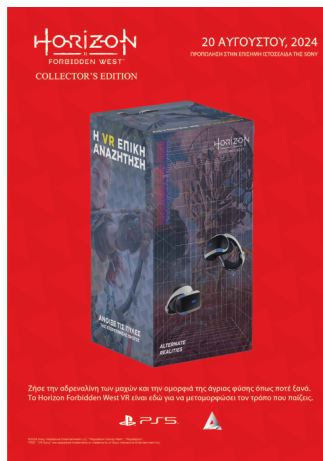
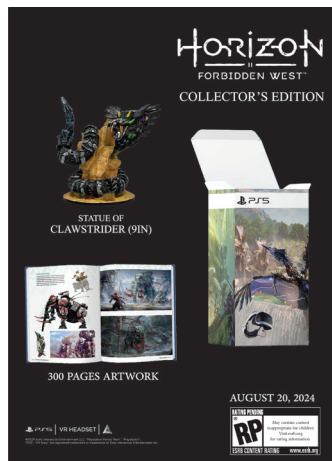
5. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

5.1 Αφίσες & Συστήματα Προώθησης

Αφίσες σε κάθετη διάσταση με στοιχεία από τα προηγούμενα slides που είδαμε. Ακολουθεί στα επόμενα slides η χρήση αυτών σε χώρους προώθησης. Οι αφίσες σε σημεία προώθησης παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαφήμιση και την προβολή προϊόντων ή υπηρεσιών. Τοποθετώντας τις σε στρατηγικά σημεία, όπως καταστήματα, πολυσύχναστους δρόμους ή μέσα μαζικής μεταφοράς, επιτυγχάνεται η άμεση επικοινωνία με το κοινό-στόχο. Οι αφίσες προσελκύουν την προσοχή των περαστικών με οπτικά ελκυστικά γραφικά και δυνατά μηνύματα, ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα της μάρκας και ενημερώνοντας το κοινό για νέες κυκλοφορίες, εκπλώσεις ή εκδηλώσεις. Επιπλέον, οι αφίσες μπορούν να δημιουργήσουν συναισθηματική σύνδεση με τους καταναλωτές, καθιστώντας τους πιο πιθανό να επιλέξουν το διαφημιζόμενο προϊόν. Η αφίσα που παρατηρούμε από κάτω είναι η τελική αφίσα, πάμε να δούμε την πορεία της μέχρι αυτό το αποτέλεσμα.



Η πορεία των αφισών έχει ως εξής, αριστερά προς τα δεξιά, κυριώς πειραματισμοί με διάφορα χρώματα και υλικά. Όπως βλέπουμε και στις εικόνες δεν υπάρχει κάποιος συσχετισμός με ότι είδαμε παραπάνω. Είναι ανεξάρτητες αφίσες σχεδιαστικά με στόχο την προβολή του κουτιού, δηλαδή του προϊόντος σε συνδυασμό με τα πακέτα που παρέχονται ή το ίδιο το προϊόν VR. Περιλαμβάνουν όλες τα λεκτικά, τίτλος, ημερομηνία που βγαίνει στην αγορά, επεξήγηση των πακέτων και κάποιο σλόγκαν για την επίτευξη της προώθησης.

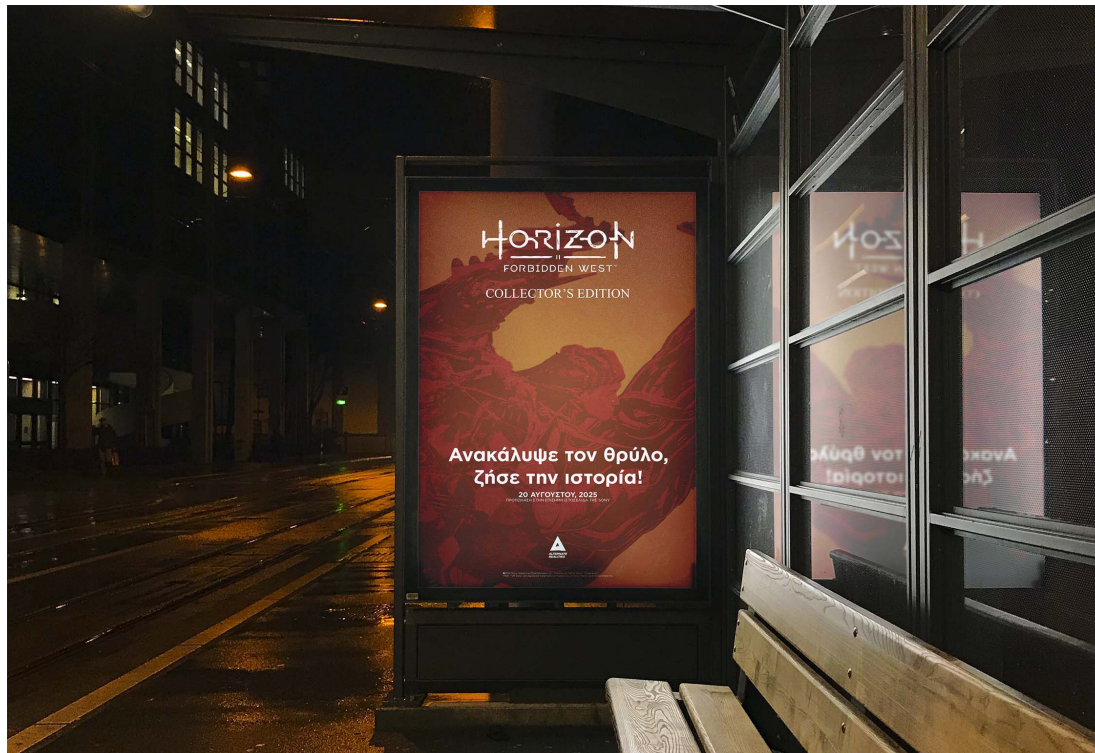




Χρήση αφισών σε εσωτερικό χώρο καταστήματος κρεμασμένες από ταβάνι.



Χρήση αφίσας σε banner για τα ΜΜΕ σε στάσεις λεωφορείου.



Χρήση αφίσας σε γιγαντοαφίσα.



Επιλογή Αφίσας που θα ακολουθεί για όλη την καμπάνια



Χώρος αποθήκευσης - Stands όπως θα είναι στα καταστήματα για την αγορά του προϊόντος.



Χρήση αφίσας σε χώρο έκθεσης για την παρουσίαση του προϊόντος.



Επίλογος

Η παρούσα εργασία ανέδειξε τη σημασία του branding και της δομής συσκευασίας για την επιτυχία μιας εταιρείας στην αγορά. Από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε, κατέστη σαφές ότι το branding αποτελεί μια κρίσιμη στρατηγική για τη διαφοροποίηση της εταιρείας από τους ανταγωνιστές της και για την οικοδόμηση μιας ισχυρής και αναγνωρίσιμης ταυτότητας. Το branding δεν περιορίζεται μόνο στην οπτική ταυτότητα, αλλά περιλαμβάνει και την επικοινωνία των αξιών και της αποστολής της εταιρείας, δημιουργώντας μια συνεκτική και ελκυστική εικόνα για τους καταναλωτές.

Η δομή συσκευασίας, από την άλλη πλευρά, παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στην προώθηση του προϊόντος. Η συσκευασία δεν εξυπηρετεί μόνο πρακτικές ανάγκες, όπως η προστασία και η μεταφορά του προϊόντος, αλλά λειτουργεί και ως βασικό εργαλείο επικοινωνίας και μάρκετινγκ. Μια καλά σχεδιασμένη συσκευασία μπορεί να προσελκύσει την προσοχή των καταναλωτών, να ενισχύσει την αναγνωρισιμότητα του brand και να δημιουργήσει θετικές εντυπώσεις.

Η έρευνα έδειξε ότι οι επιτυχημένες εταιρείες επενδύουν σημαντικά στην ανάπτυξη μιας ισχυρής εταιρικής ταυτότητας και στη δημιουργία πρωτοποριακών και λειτουργικών συσκευασιών. Μέσω της ανάλυσης παραδειγμάτων από την πραγματική αγορά, αποδείχθηκε ότι οι συνδυασμένες στρατηγικές branding και συσκευασίας μπορούν να συμβάλουν καθοριστικά στην επιτυχία και την ανάπτυξη μιας εταιρείας.

Η συνεχής εξέλιξη και η καινοτομία στις πρακτικές branding και συσκευασίας αποτελούν προαπαιτούμενα για την επιτυχία και την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα μιας εταιρείας.

Βιβλιογραφία

1. Hestad, M. (2013) Branding and Product Design: an Integrated perspective. (<http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB12419162>).
2. 'Roadmap of co-branding Positions and Strategies' (2009) The Journal of American Academy of Business, 15.
3. Exploring Sony's innovative marketing strategy (no date). (<https://www.brandcredential.com/post/exploring-sony-s-innovative-marketing-strategy>).
4. Χατζηθεοδώρου, Β. (no date) Ανατομία και δομή συσκευασίας, στ' εξαμήνου και εμπορική συσκευασία, Ζ' εξαμήνου.
5. 'New brand logo design: Customers' preference for brand name and icon' (2017) Journal of Brand Management, 24.
6. *Η έξυπνη συσκευασία έχει δημιουργηθεί βασιζόμενη στη συμβατική και την νέα ηλεκτρονική τεχνολογία. (Nomikos et al, 2006)*
7. Cullen, C. and Knapp, P.M. (2001) Designing Corporate Identity: Graphic design as a business strategy. (<http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA62870220>).

Πηγές Εικόνων

1. https://www.google.com/imgres?q=apple%20vision%20pro%20package%20box&imgurl=https%3A%2F%2Fcdsassets.apple.com%2Ffive%2F7WUAS350%2Fimages%2Fapple-vision-pro-recovery-kit-packout-place-enclosure-in-tray.png&imgrefurl=https%3A%2F%2Fsupport.apple.com%2Fen-asia%2F118484&docid=vwuzynxOG9NqZM&tbnid=JnlydnOln1P58M&vet=12ahUKEwjy_Mq6xoqHAXUYQ_EDHW9UBmYQM3oECG4QAA..i&w=2020&h=1788&hcb=2&ved=2ahUKEwjy_Mq6xoqHAXUYQ_EDHW9UBmYQM3oECG4QAA
2. <https://support.apple.com/en-asia/118484>
3. <https://news.samsung.com/global/lets-unbox-the-gear-vr-already>
4. <https://www.uploadvr.com/quest-3-unboxing-video-leak/>

Όλα τα Mockup είναι φτιαγμένα από το MockupWorld