

De ludieke ontwerptrend



DESIGN

13 jan 2016 @ 10:00

10418 x gelezen

Link

Edwin Visser

Packaging

Merken hoeven tegenwoordig niet altijd degelijk te zijn om toch serieus genomen te worden. Door ludiek te zijn en je zo te onderscheiden wordt je tegenwoordig als alternatief overwogen. Ook dan kun je betrouwbaar zijn. Het is nu juist een ontwerptrend in verpakkingland om ludiek te zijn. Daardoor val je direct op, ga je een relatie aan met de consument en tovert een glimlach op het gezicht.

Om die sympathie op te kunnen wekken en zo ook toegankelijk te zijn, wordt er gretig gebruik gemaakt van de mogelijkheden van fotografie. En dan niet in de zin van een standaard foto van het product of het gebruik, maar met een knipoog. En zo ontstaat een vorm van vriendelijke humor. Op een speelse manier krijgt het merk een twist en wordt het product onder de aandacht gebracht en dit zet zich vast in je geheugen. Het beeld bekijft en is dat niet juist één van de belangrijkste functies van een verpakking?



Wat met fotografie kan, kan natuurlijk ook met illustraties. En dan het liefst in combinatie met een afbeelding van het product. Hier wordt de knipoog al snel humor door de ludieke combinaties die ontstaan. Je gaat met andere ogen naar het product kijken. Het saaie product shot, dertien in een dozijn, wordt ineens uniek en draagt bij aan het sympathieke karakter van het onderhavige merk. De schappen worden speelser, minder serieus en het merk wordt memorabel. Er ontstaan 'characters' die direct met je communiceren en het hart raken. De supermarkt wordt steeds vrolijker!

Like 15 Share

Tweeten 0

in Share

G+

✉

🖨



Edwin Visser

Werkt bij: SOGOOD

Functie: medeoprichter, directeur

Website: <http://www.sogooddesign.nl/>

Profiel »