**Briefing sur le design de l'emballage**

|  |
| --- |
| **DETAILS SUR LE PROJET DE DESIGN** |
| Société et marque |  |
| Nom du projet |  |
| Contact du projet  |  |
| Date de publication du dossier |  |

|  |
| --- |
| **APERÇU DES BESOINS DU PROJET** |
| **APERÇU DU PROJET |** *Décrire les principaux aspects du projet* |
|  |
| **OBJECTIFS DU PROJET |** *Expliquer ce à quoi le design demandé doit aboutir.* |
|  |
| **PUBLIC CIBLE |** *Dressez la liste de vos groupes de consommateurs cibles et utilisez vos personas de consommateurs pour dresser un portrait de chaque groupe.* |
|  |
| **CONNAISSANCE DES CONSOMMATEURS |** *Partagez votre connaissance des consommateurs - mettez en évidence les besoins fonctionnels, sociaux et émotionnels qui motivent chaque groupe cible.* |
|  |
| **POSITIONNEMENT DE MARQUE |** *Utilisez votre cahier de stratégie produit pour expliquer ce que vous savez être votre proposition de vente unique.* |
|  |
| **REACTION SOUHAITEE |** *Définissez les émotions et les réactions que vous souhaitez que votre design suscite chez vos clients cibles.* |
|  |
| **ANALYSE DE LA CONCURRENCE |** *Partagez les recherches que vous avez effectuées dans votre cahier d'analyse comparative et de stratégie de produit afin de démontrer ce que font vos concurrents.* |
|  |

|  |
| --- |
| **EXIGENCES SPÉCIFIQUES EN MATIÈRE D'EMBALLAGE** |
| **EXEMPLES DE PACKAGING |** *Rassemblez une série d'exemples visuels d'emballages qui vous plaisent et expliquez les éléments qui vous attirent. Pour vous inspirer, ces exemples peuvent provenir de n'importe quel secteur, mais aussi de concurrents directs dans votre secteur cible.* |
|  |
| **LES INCONTOURNABLES DE LA CRÉATION |** *Dressez la liste des éléments qui doivent absolument être inclus dans la conception.* |
|  |
| **OBJECTIFS DU PACKAGING |** *Définissez l'objectif de l'emballage pour votre produit et votre marque.* |
|  |
| **DÉTAILS PRATIQUES DE PRODUCTION |** *Incluez le budget cible de la conception, les coûts souhaités par emballage, les détails de l'impression et de l'imprimeur, etc.* |
|  |
| **SPÉCIFICATIONS DU PACK |** *Expliquez* *1. le type d'emballage pour lequel vous avez besoin de la conception - par exemple, une boîte, un manchon, une étiquette, un sachet**2. les matériaux que vous utiliserez, par exemple le carton, l'étiquetage dans le moule, l'étiquette adhésive, le sachet ou la bouteille en plastique.**3. la taille et la forme de l'emballage désiré, incluez un dessin de ligne de clé/de ligne de base si vous en avez un ou indiquez si vous souhaitez que le concepteur le fasse.**4. l'orientation de l'emballage en rayon (c.-à-d. exposé avec la face avant ou la face latérale vers l'avant)* |
|  |
| **PACK COPY |** *Liste des informations qui doivent figurer sur le pack* |
| Titre : Descriptif du produit : Taille : Ingrédients : Nutritionnels : Instructions de cuisson et de stockage :Coordonnées et adresses :Informations sur le recyclage :Informations légales ou réglementaires requises : Traductions :Autres : |
| **HIÉRARCHIE DE LA MESSAGERIE |** *Expliquez la séquence de vos messages déclencheurs - elle sera basée sur le processus de décision d'achat de vos consommateurs cibles.* |
|  |
| **LIVRABLES DU DESIGNER |** *Dressez la liste des livrables dont vous avez besoin - il peut s'agir de conceptions 2D/plates en PDF ou dans d'autres formats pour examen et vérification, d'images 3D et/ou de planches de conception pour recueillir les réactions des consommateurs ou des acheteurs de vos clients cibles, de maquettes physiques pour les salons professionnels, etc. des fichiers prêts à imprimer pour votre imprimante désignée. Toutes vos exigences entraîneront un coût correspondant.* |
|  |
| **CALENDRIER |** *Établissez le calendrier de votre projet, dressez la liste des principales étapes telles que les dates des études de consommation, les présentations aux clients importants, les salons professionnels, et définissez les dates d'impression et de lancement du fichier.* |
|  |
| **AUTRE |** *Incluez toute autre information que vous jugez importante pour le concepteur.* |
|  |