

Brief do wyceny projektu i produkcji opakowania

Dziękujemy za zainteresowanie współpracą z mPackArt.com.

Aby przygotować rzetelną wycenę projektu, prototypu lub produkcji opakowania, potrzebujemy kilku podstawowych informacji dotyczących produktu, oczekiwanego formatu, materiału, nakładu i wykończenia. Im dokładniejszy brief otrzymamy na początku, tym szybciej możemy zaproponować najlepsze rozwiązanie technologiczne, konstrukcyjne i wizualne.

Nie musisz znać wszystkich nazw technicznych ani parametrów produkcyjnych. Wystarczy, że przekażesz nam możliwie dużo informacji o swoim produkcie i oczekiwaniach. Na tej podstawie doradzimy odpowiedni materiał, konstrukcję, technikę druku oraz uszlachetnienia.

Po co wypełnić brief?

Dobrze przygotowany brief pozwala nam:

- szybciej przygotować dokładną wycenę,
- dobrać odpowiedni materiał i technologię produkcji,
- ocenić, czy potrzebny będzie prototyp,
- zaproponować właściwą konstrukcję opakowania,
- dopasować projekt do produktu, logistyki i budżetu,
- ograniczyć liczbę poprawek na dalszym etapie realizacji.

W przypadku opakowań wiele elementów wpływa na cenę końcową: wymiary, rodzaj kartonu, sposób zamykania, technika druku, uszlachetnienia, nakład oraz zakres prac graficznych. Dlatego im więcej danych otrzymamy na starcie, tym lepiej możemy przygotować ofertę.

1. Dane kontaktowe

Prosimy o podanie podstawowych danych kontaktowych, abyśmy mogli sprawnie wrócić z wyceną lub dodatkowymi pytaniami technicznymi.

- nazwa firmy
- imię i nazwisko osoby kontaktowej
- adres e-mail
- numer telefonu
- preferowany termin realizacji
- informacja, czy projekt jest pilny

2. Informacje o produkcie

To jeden z najważniejszych elementów briefu. Opakowanie zawsze projektujemy pod konkretny produkt i jego zastosowanie.

Prosimy o opisanie:

- jaki produkt ma znaleźć się w opakowaniu
- do jakiej branży należy produkt
- czy jest to produkt kosmetyczny, spożywczy, techniczny, premium, prezentowy, e-commerce lub inny
- czy opakowanie ma pełnić głównie funkcję ochronną, sprzedażową, wizerunkową czy logistyczną
- czy produkt będzie sprzedawany pojedynczo, w zestawie czy jako część większej kolekcji

Warto także dodać informację, czy produkt jest delikatny, ciężki, kruchy albo wymaga dodatkowego zabezpieczenia wewnątrz opakowania.

3. Wymiary produktu i planowanego opakowania

Dokładne wymiary mają kluczowe znaczenie przy wycenie. Najlepiej, jeśli podasz rzeczywiste wymiary produktu, który ma być zapakowany.

Prosimy o przesłanie:

- szerokości
- głębokości
- wysokości
- średnicy, jeśli produkt jest okrągły
- orientacyjnej wagi produktu

Jeżeli znasz już planowany wymiar opakowania, również warto go podać. Jeśli jeszcze go nie znasz, nic nie szkodzi — możemy zaproponować odpowiednią konstrukcję na podstawie wymiarów samego produktu.

Jeśli w opakowaniu mają znaleźć się dodatkowe elementy, np. ulotka, wkładka, próbka, separator, wypełnienie lub obwoluta, również prosimy o taką informację.

4. Nakład

Nakład ma bardzo duży wpływ na cenę jednostkową i dobór technologii produkcji. To ważna informacja już na etapie pierwszego kontaktu.

Prosimy o wskazanie:

- planowanej liczby sztuk
- czy interesuje Cię jedna konkretna ilość, czy kilka wariantów do porównania
- czy jest to prototyp, seria testowa czy regularna produkcja
- czy planowane są kolejne dodruki lub większe zamówienia w przyszłości

W wielu przypadkach warto od razu poprosić o wycenę dla kilku poziomów nakładu, np. 500, 1000 i 2500 sztuk. Pozwala to lepiej ocenić opłacalność produkcji.

5. Rodzaj opakowania i konstrukcja

Jeśli wiesz, jakiego typu opakowania szukasz, opisz to jak najdokładniej. Jeśli nie jesteś pewien, wyślij nam inspirację albo zdjęcie podobnego rozwiązania.

Możesz wskazać, czy interesuje Cię np.:

- pudełko produktowe
- pudełko wysyłkowe
- pudełko fasonowe
- pudełko premium
- pudełko kaszerowane
- pudełko z wkładką
- opakowanie na zestaw
- kartonik jednostkowy
- etykieta, obwoluta lub insert do paczki

Warto też dopisać, czy opakowanie ma być:

- klejone
- składane
- wsuwane
- zamykane klapką
- magnetyczne
- z dnem automatycznym
- z wkładką lub przegrodami
- przeznaczone do ręcznego lub szybkiego składania

Jeśli projekt jest niestandardowy, najlepiej przesłać zdjęcia referencyjne, szkic albo opis sposobu otwierania.

6. Materiał

Nie musisz znać specjalistycznych oznaczeń kartonów lub tektur. Wystarczy, że opiszesz oczekiwany efekt i przeznaczenie opakowania, a my dobierzemy odpowiedni materiał.

Warto wskazać:

- czy opakowanie ma być ekonomiczne, standardowe czy premium
- czy ma być sztywne i eleganckie
- czy ma nadawać się do wysyłki
- czy ważny jest naturalny wygląd lub ekologiczny charakter
- czy interesuje Cię karton biały, kraftowy, ozdobny, lity lub tektura falista

Jeśli wiesz, jaki materiał Cię interesuje, możesz go oczywiście podać. Jeśli nie — zrobimy to po naszej stronie na podstawie briefu i przeznaczenia opakowania.

7. Druk i kolorystyka

Kolejnym ważnym elementem jest sposób zadruku opakowania. Nie musisz znać konkretnej technologii — wystarczy, że opiszesz oczekiwany efekt.

W briefie warto podać:

- czy nadruk ma być jedno- czy wielokolorowy
- czy ma to być druk pełnokolorowy CMYK
- czy mają pojawić się kolory specjalne, np. Pantone
- czy opakowanie ma być zadrukowane jednostronnie czy dwustronnie
- czy zależy Ci na bardzo dokładnym odwzorowaniu kolorów marki

Na podstawie tych informacji dobierzemy odpowiednią technologię, np. druk cyfrowy, offsetowy lub inne rozwiązanie dopasowane do nakładu i jakości.

8. Uszlachetnienia

Uszlachetnienia nadają opakowaniu bardziej premium charakter i wpływają na jego odbiór wizualny oraz dotykowy. To właśnie one często decydują o tym, że pudełko wygląda luksusowo, elegancko i profesjonalnie.

Jeśli zależy Ci na bardziej efektownym wykończeniu, napisz, czy interesują Cię takie elementy jak:

- folia matowa
- folia błyszcząca
- soft touch
- lakier UV wybiórczy
- złocenie
- srebrzenie
- tłoczenie
- kaszerowanie
- inne efekty specjalne

Na naszej stronie znajdziesz przykładowe opisy wykończeń, które pomagają lepiej zrozumieć różnice między technikami:

- <https://mpackart.com/zlocenie-hot-stamping-na-opakowaniach>
- <https://mpackart.com/lakier-uv-wybiorczy-na-opakowaniach>

Jeśli nie wiesz, jakie uszlachetnienie wybrać, opisz po prostu efekt, jaki chcesz osiągnąć, np. eleganckie opakowanie premium, subtelny połysk, akcent na logo, ekskluzywne wykończenie lub mocniejszy efekt wizualny.

9. Projekt graficzny

Na etapie wyceny bardzo ważna jest informacja, czy projekt graficzny już istnieje, czy ma zostać przygotowany od podstaw.

Prosimy o wskazanie:

- czy projekt jest już gotowy
- czy trzeba go jedynie dopasować do wykrojnika
- czy konieczne jest przygotowanie całej grafiki od zera
- czy potrzebne jest także opracowanie konstrukcji opakowania
- czy masz logo, identyfikację wizualną i materiały brandowe

- czy posiadasz teksty, składy, oznaczenia, kody EAN, piktogramy i inne dane obowiązkowe

Jeśli masz gotowy projekt, najlepiej prześlij pliki w formacie PDF, AI, EPS, CDR lub innym pliku produkcyjnym wraz z podglądem.

Jeśli projekt ma być wykonany przez nas, warto przesłać:

- logo
- kolory marki
- inspiracje
- przykłady opakowań, które Ci się podobają
- wytyczne dotyczące stylu
- treści, które mają znaleźć się na opakowaniu

10. Prototyp

W wielu przypadkach przed uruchomieniem pełnej produkcji warto wykonać prototyp. Dotyczy to szczególnie opakowań nowych, niestandardowych, bardziej złożonych konstrukcyjnie lub premium.

Prosimy o informację:

- czy potrzebujesz prototypu
- czy prototyp ma służyć do akceptacji wizualnej
- czy ma posłużyć do testów wymiarowych lub logistycznych
- czy chcesz najpierw sprawdzić sposób składania i prezentacji produktu

Prototyp pozwala ograniczyć ryzyko błędów i daje większą kontrolę nad projektem jeszcze przed produkcją seryjną.

11. Inspiracje i materiały pomocnicze

Jeśli posiadasz jakiegokolwiek inspiracje, zdecydowanie warto je przesłać. Mogą to być:

- zdjęcia podobnych opakowań
- screeny z internetu
- zdjęcia produktów konkurencyjnych
- szkice
- mockupy
- wcześniejsze realizacje Twojej marki
- referencje pokazujące oczekiwany styl

Dzięki temu łatwiej zrozumiemy, jaki efekt wizualny, konstrukcyjny i jakościowy chcesz osiągnąć.

Na naszej stronie możesz zobaczyć przykładowe realizacje, inspiracje technologiczne i opisy rozwiązań związanych z produkcją opakowań oraz uszlachetnień:

- <https://mpackart.com>
- <https://mpackart.com/zlocenie-hot-stamping-na-opakowaniach>
- <https://mpackart.com/lakier-uv-wybiorczy-na-opakowaniach>

12. Dodatkowe informacje, które pomagają nam przygotować lepszą wycenę

Warto również dopisać wszelkie dodatkowe informacje, które mogą mieć wpływ na projekt lub koszt realizacji, np.:

- wymagany termin wdrożenia
- planowana data premiery produktu
- sposób pakowania i magazynowania
- wymagania transportowe
- konieczność dopasowania do paczkomatów lub kartonów zbiorczych
- wymogi prawne dotyczące oznaczeń
- liczba wersji językowych
- różne warianty smakowe, zapachowe lub kolorystyczne
- oczekiwany budżet orientacyjny

Takie informacje pozwalają nam nie tylko przygotować cenę, ale też lepiej doradzić najbardziej opłacalne rozwiązanie.

Podsumowanie

Im bardziej kompletny brief otrzymamy, tym sprawniej możemy przygotować profesjonalną wycenę i zaproponować rozwiązanie dopasowane do Twojego produktu, marki i budżetu. Nie musisz znać wszystkich pojęć technologicznych — od tego jesteśmy my. Najważniejsze jest to, aby możliwie precyzyjnie opisać produkt, jego przeznaczenie, oczekiwany efekt oraz planowany nakład.

Na podstawie tych informacji możemy przygotować:

- wycenę produkcji
- rekomendację materiału i technologii
- propozycję konstrukcji
- projekt graficzny
- prototyp
- kompleksowe wsparcie w realizacji opakowania

Jeśli nie masz wszystkich danych na starcie, prześlij nam to, co już wiesz. Pomożemy uporządkować cały proces i zaproponujemy najlepszą ścieżkę działania.