LABEL GUIDE

cosmetic creators®

Et godt og gennemarbejdet design er unikt, afspejler virksomhedens DNA, appellerer til målgruppen og kan skaleres og bygges videre på til eventuelt fremtidige produkter eller markedsføringsmateriale.

Det tager tid at udarbejde og er en kreativ proces, hvor designeren skal spore sig ind på det DNA, som designet skal afspejle.

Hvor lang tid det tager at designe dine labels, afhænger af flere faktorer, heriblandt hvor kompleks designet skal være og hvor mange detaljer du i forvejen har på plads, inden opgaven gives videre til designeren.

Vi ved også, at ikke alle ønsker eller har budget til at betale mange tusinde kroner for udarbejdelse af labels til produkter. Derfor har vi samlet en liste med punkter, der kan hjælpe med at korte processen ned:

VISUEL IDENTITET:

Har din virksomhed allerede en klar visuel identitet, som grafikeren kan tage udgangspunkt i? En designmanual eller tidligere tryksager kan være en stor hjælp.

Har din virksomhed ikke en færdig visuel identitet, kan du samle en masse billeder, fra fx Pinterest, som afspejler den visuelle stil, du gerne vil have dit design skal udtrykke.

Saml al information:
Forbered og overskueliggør opgaven ved at samle al information vedrørende opgaven i et dokument, der indeholder:

- Produktets varenr.
- Dit navn til produktet.
- Din egen tekst, der beskriver, hvordan produktet skal anvendes + eventuelle sprogversioner (teksten skal fremgå af produktet på originalsproget for det land, det skal sælges i).

EVENTUELT:

Din egen produktbeskrivelse + eventuelle sprogversioner.
Anprisninger: Skal der fx stå "vegansk" eller "økologisk" på produktet?

Når al info er klar, kan designeren starte arbejdet. Herefter vil du modtage et udkast, som I sammen kan tage udgangspunkt i og finde ud af, om noget skal justeres til. Denne del af processen gentages, indtil du er tilfreds og har godkendt resultatet. Herefter sendes dine labels til tryk.

NB: HUSK altid at læse korrektur og tjekke dine labels grundigt igennem for eventuelle fejl eller mangler, INDEN du godkender dem, og de sendes til tryk. Fejl kan ske, men jo flere grundige øjne der kommer på, des større er chancen for at spotte eventuelle fejl.

*Vær OBS på, at farver på dine labels kan se anderledes ud, når du ser dem på en skærm, i forhold til hvordan farver kan se ud, når de er trykt. Er du i tvivl, kan du eventuelt bede om et prøvetryk.

LABEL GUIDE - TJEKLISTE

cosmetic creators

Følgende punkter skal, i følge kosmetikloven, altid fremgå på et kometikprodukt. Saml gerne alle oplysninger for hvert produkt i et dokument, og angiv varenummer, hvis du har bestil et white label produkt.

1. Produktnavne. Hvert af dine produkter skal navngives med dine egne unikke navne. Notér gerne varenr. ved hvert produkt, så vi kan identificere det i vores sortiment.

2. Produktanvendelse. En kort beskrivelse af produktets anvendelse.

3. Produktbeskrivelse. En kort produktbeskrivelse. Denne er ikke lovpligtig. Vær opmærksom på, at der ikke er plads til denne på alle produkter, afhængigt af emballagens, og dermed også etikettens størrelse.

4. INCI. INCI er ingredienslisten på dit produkt. Har du bestil et white label produkt, ligger vi allerede inde med denne, og du behøver derfor ikke sende os noget.

5. Det nominelle indhold i vægt eller volumen. Flere af vores white label produkter tilydes i forskellige størrelses-varianter. Har du bestil et sådan produkt, må du derfor gerne oplyse os om, hvilken størrelses-variant du har bestilt.

5. Anprisninger. Ønsker du særlige anprisninger på dine produkter? Det kan fx. være "Vegansk", "Udviklet & produceret i Danmark" eller noget tredje. Vær blot opmærksom på gældende lovgivning i forbindelse med anprisninger af kosmetiske produkter.

6. Firmanavn og adresse på den ansvarlige person. Adressen må gerne være forkortet, men skal være informativ nok til, at man kan sende et brev til den forkortede adresse. En webadresse er ikke acceptabel i henhold til kosmetiklovgivningen.

ØVRIGT

7. Dit logo. Dit logo skal sendes til os i vektor-format. Det kan være i enten .ai, .esp eller .pdf format. Er du i tvivl, kan du bede grafikeren, der har udviklet dit logo, om at sende dig dit logo i vektor-format.

8. Visuel identitet. Dine labels skal gerne stemme overens med dit brands visuelle identitet. Vi vil derfor gerne modtage enten design guide, link til din hjemmeside eller anden materiale, der illustrerer brug af logo, farver, typografi og komposition. Det kan hjælpe os til at matche designet på dine labels med resten af dit brands visuelle identitet.

Har du endnu ikke fået udviklet en visuel identitet, kan du samle en række billeder til inspiration for den stil du ønsker at ramme. Pinterest, Behance, Dribbble eller Instagram kan være gode steder at samle inspiration.

9. Trykmetode & labeltype: Vi tilbyder at printe dine labels, såfremt du ønsker det. Vi kan printe på hvide labels i faste mål, der matcher de fleste emballager. Ønsker du andre formater, trykmetoder eller papirtyper, kan du bestille disse hos et trykkeri. Du skal blot oplyse os om dine ønsker, inden vi går i gang med at designe dine labels.