

PROJEKT LEKA 4P

Anna Harbom

I samarbete med

PLAYSAM

MÅLSÄTTNING/SYFTE

Mitt syfte med detta projekt är att utöka sortimentet hos PLAYSAM där mitt mål är att finna en bredare målgrupp.

Med hjälp utav att ta fram ett nytt koncept som har stark karaktär och originalitet.

I mitt projekt är syftet att med hjälp utav att arbeta med formgivning och nya färgkombinationer, göra ett starkt nytt koncept för PLAYSAM, som riktar sig till en yngre målgrupp för både killar och tjejer.

PLAYSAM

STEEMLINE

ENKELHET

RUNDA FORMER

EXECUTIVE TOYS

ACTIVITY TOYS

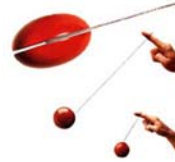
EXKLUSIVA LEKSAKER

MATERIAL/TRÄ

CARL ZEDIG

ULF HANSES

BJÖRN DAHLSTRÖM



Funktionsanalys

Uppdragsgivare: PLAYSAM

Datum: 03-05-09

Basfunktioner

funktion	klass	anmärkning
Erbjuda	Mångsidighet	HF Bredmålgrupp
Medge	leka	O Uppmana till lek
Uttrycka	form	N Formuttryck viktigt! (streamline)
Åga	materialkänsla	O Trä
Uttrycka	lekfullhet	O Formgivning
Uttrycka	humor	O Stark karektarisk formgivning
Erbjuda	taktikänsla	O Inbjudande formuttryck
Fåkaalla	uppmärksamhet	O Syns i rummet
Uttrycka	Kvalité	O
Uppmana	konvention	O
Åga	koncept	N
Utnyttja	färgpsykologi	N
Uttrycka	Originalitet	N
Uttrycka	formspråk	N
produktion		
Maximera	produktionsvänlig	N
Nyttja	erfarenheter	O Företagets tidigare produktion metoder
Konstruktion		
Medge	produktion	N
Medge	montering	N
Maximera	hållbarhet	N
marknadsförning		
Öka	försäljningsvolym	O
Tilltala	målgrupper	N
Erbjuda	målgruppsanpassning	N
Skapa	marknader	O Nya
Skapa	efterfrågan	O
Uttrycka	kvalité	O
Uttrycka	enkelhet	O
Uttrycka	grafisklayout	O
Understryka	företagsimage	N
Öka	köplusta	O
Markera	identitet	O
Bryta	tradition	O
Uttrycka	design	N
Skapa	produktfamilj	O
Erbjuda	lekst	N
Uttrycka	ursprung	N
Maximera	användarvänlighet	O
Ange	designer	O
Ange	företag/tillverkare	N
Åga	standardanpassning	O
Erbjuda	mångsidighet	O Till förpackningskartongerna Bred målgrupp

IMAGEBOARD

Kvalité Humor Uttrycka-originalitet Lekfullhet



upp.

MÅLGRUPPEN: YOUTH

konceptet riktar sig till en yngre målgrupp.

målgruppen: YOUTH är i åldern 20år och uppåt.

konceptet är inriktat till både tjejer och killar.

Som det ser ut i dag så är 90% av PLAYSAM:S produkter fordon. Och deras störst kund en man i åldern 40+.

lgrupper

lern 20

ceptet

ll både

llar.

n det s

90% av

cter fo

örst ku

lern 40

Inspiration



Humor



Färgkombinationer



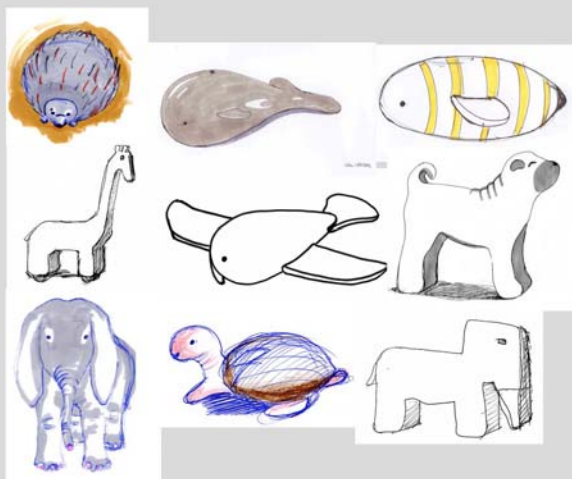
Förenklingar

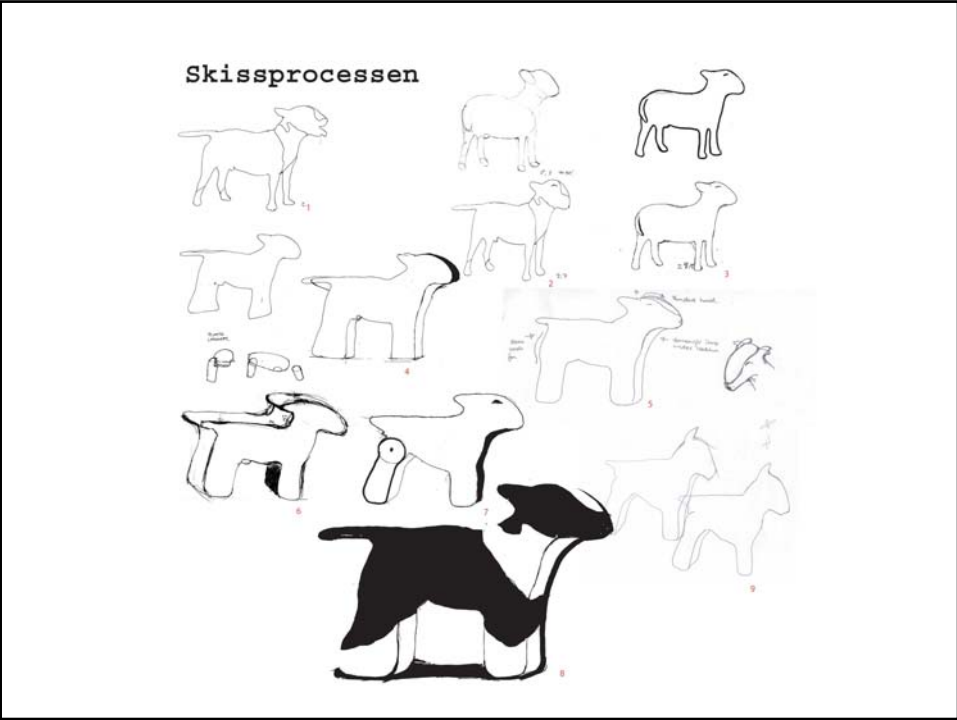


Motiven riktar sig till en yngre målgrupp.



ARBETSPROCESSEN





MODELLPROCESS



1 Mycket runda former, där jag har försökt förenkla formen maximalt!

Huvudet har smalnat av. Koppen är den samma som modell fyra, kanterna är vassare än tidigare modeller.



5



2 Ville experimentera med att överdriva rundheten, och se hur uttrycket i formen förändrades.



3 För att leksaken ska få (rörelse) ett mervärde, bestämde jag mig för att hunden skulle kunna sitta eller stå.



4 Modellen kan nu sitta. Har också smalnat av kroppen bakåt.



MODELLPROCESS



MÖTE MED CARL ZEDIG.

- Ta fram tydligare det som är bullterriens formspråk. kantigheten!
- Poetisk känsla i formen.
- Samma radie vid öron och savns.
- Skippa radien runtomkring, billigare produktionskostnad.
- Tydligare form på öronen, testa att vinkla öronen framåt.
- Smala av nosen, kanta till huvudet.
- viktigt med ett namn på leksaken som stämmer överens med produkten.

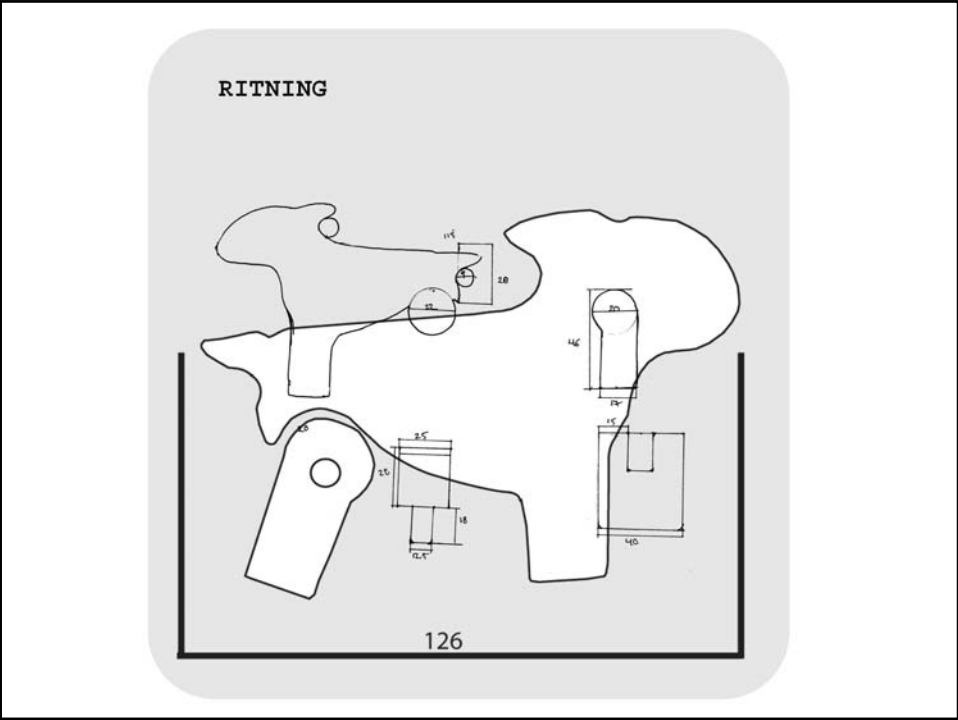


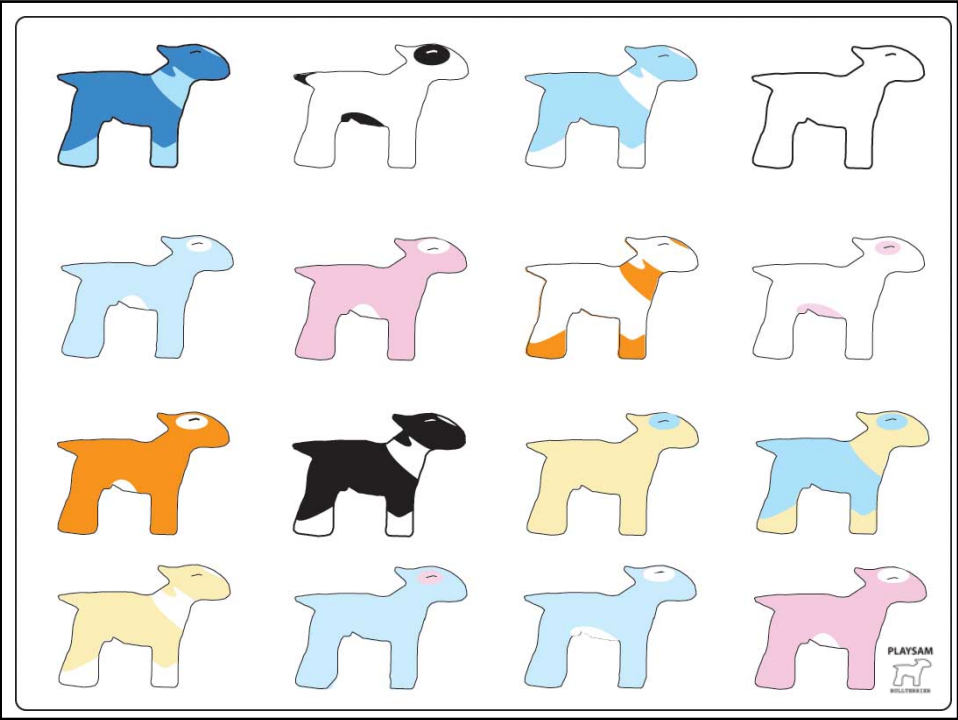
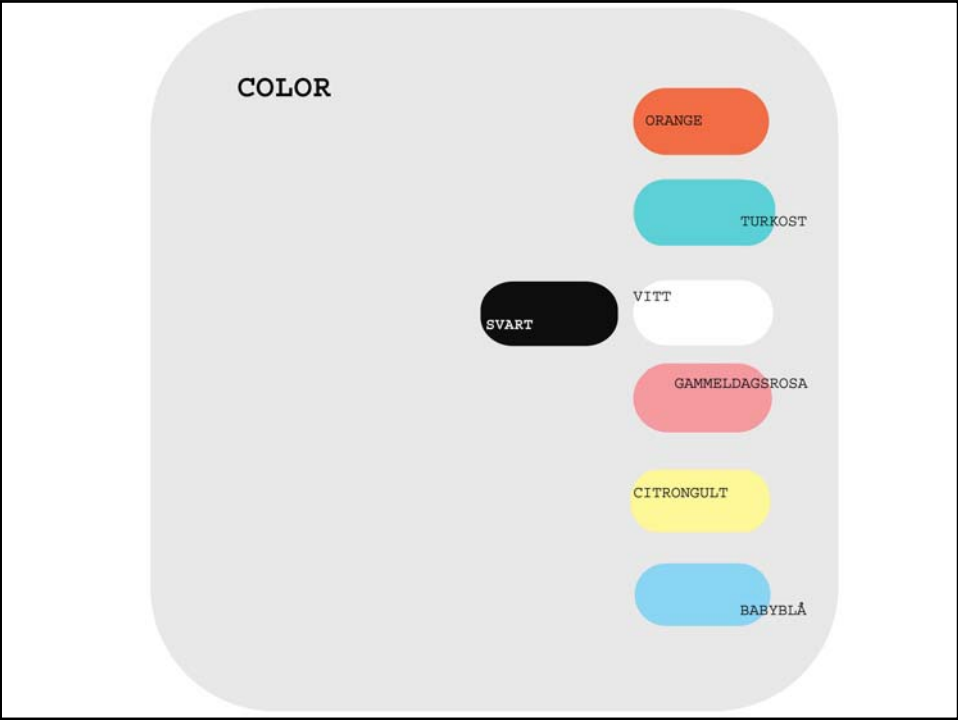
SLUTMODELL

ENKELHET. FÖRENKLING. KANTIGHET. RIKTNING. RÖRELSE.



PLAYSAM
BULLTERRIER





KONCEPTUTVECKLING

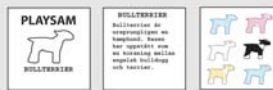
Logotype

PLAYSAM

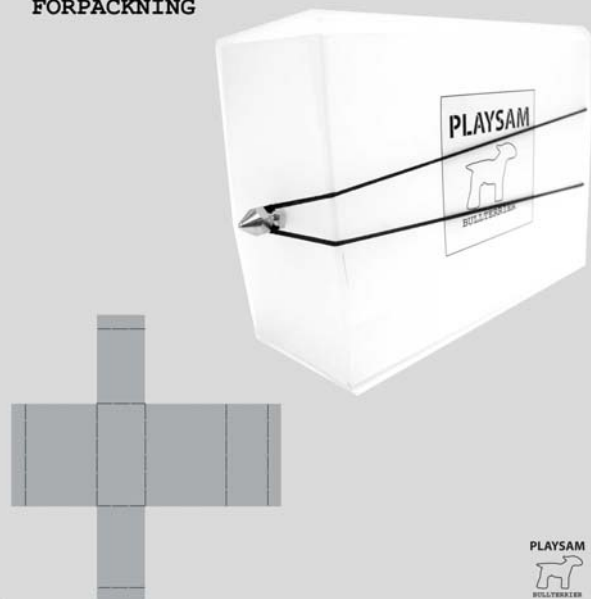
Etikett



Brochyr



FÖRPACKNING



SLUTMODELL

PLAYSAM

