

BRANDBOOK

Grootmoes mooiste



Inhoud

Inleiding	3
Logo	4
Logo (Kleur)	6
Typografie	7
Fotografie	8
Tone of voice	9
Design richtlijnen	10

Inleiding

In dit Brandbook word alles uitgelegd hoe het ontwerp kan worden gebruikt. Het zijn de richtlijnen voor een ideaal ontwerp voor Grootmoes mooiste.

Uit mijn onderzoek dat ik heb gedaan voor Grootmoes mooiste. Ben ik eruit gekomen dat Ontwerp een combinatie moet zijn van hip en oud.

ontwerpsuitgangspunten:

- Hip
- Uniek
- warm

De merkbelofte van Grootmoes mooiste is dat ze voor de klant een modern brei-design met een warme, persoonlijke tint.

En dit doen ze door de designs te laten ontwerpen door gerenommeerde fashion designers. En het te laten maken door de oudere dames, die persoonlijk in contact komen met de klanten waardoor er een persoonlijke tint aan zit. en de plek moet echt aanvoelen als een warme plek alsof je eigenlijk bij je oma langs gaat.

VISIE

kwaliteit staat centraal samen met dat het uniek en hip moet zijn. Dit realiseren ze door elke keer hun assortiment aan te passen zodat het weer actueel is. En dit kan alleen worden volbracht door de combinatie van oudere die geleerd zijn in hun ambacht, en jonge designers die net zijn afgestuurd die alles weten van de nieuwste trends.

En ze zijn er om Young Urban professionals te voorzien van een uniek kleding stuk die een combinatie is van oud en nieuw. Hierbij wordt erop in gegaan op de trend van nu participatie en individualisering.

Missie

Hun missie is om de verantwoordelijkheid op zich te nemen om oudere actief deel te laten nemen in de maatschappij.

Door kleurgebruik en lettertypes laat ik dit terugkomen. strakke vormgeving met twee soorten lettertypes in het logo. Waarbij het ene lettertype een schrijffletter is die de persoonlijkhe tint aangeeft. En het andere lettertype is strak en modern. ook de overig kleur die kan worden gebruikt is een stuk rustiger, niet fel.

*With love,
the best look*

Logo



Orginele logo



Zwart wit logo



Diapositief logo

Logo

Beeld

Het logo is met beeld en tekst samen een geheel en mag niet afzonderlijk van elkaar gebruikt worden.

Het logo is zo ontworpen dat die op dezelfde manier overal kan worden toegepast.

Het logo compacter maken is niet toegestaan.

Het logo mag niet worden vervormd.

Het woord Grootmoes mooiste moet altijd met hetzelfde lettertype geschreven zijn.

Het woord Grootmoes mooiste moet met onderkast geschreven met uitzondering op de G.

Het logo mag op een gekleurde achtergrond geplaatst worden, maar alleen als deze bij de bedrijfs kleuren horen.

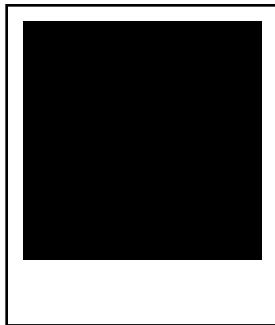
Grootte van de letters mogen niet worden aangepast.



Kleur logo

Het logo heeft door de kleuren zwart en wit en strak.

In het logo maar geen kleur worden verwerkt, alleen als achtergrond.



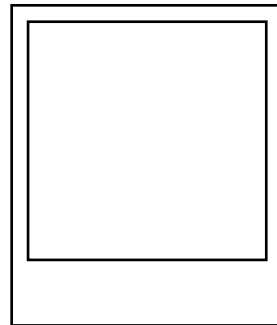
Zwart

C: 91 R: 0

M: 79 G: 0

Y: 62 B: 0

K: 97



Wit

C: 0 R: 255

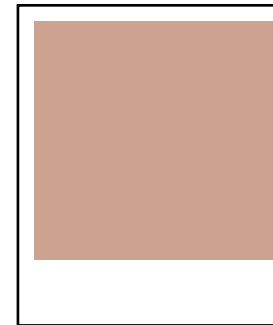
M: 0 G: 255

Y: 0 B: 255

K: 0

Overige kleur, omdat bijvoorbeeld het logo te benadrukken. Het oogt rustiger.

Kan worden gebruikt voor overige elementen in bijvoorbeeld een flyer, of de website.



C: 16 R: 212

M: 35 G: 172

Y: 38 B: 152

K: 4

Typografie

De basistypografie:

Paginatitel
AR BERKLEY
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Subkopje
Nitti grotesk bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Inleiding
Nitti grotesk light italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Body
Nitti grotesk light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Logo
AR Berkley
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Fotografie

De Plaatjes van de sfeer moeten een totaal plaatjes zijn.

Bij een plaatje waarbij de oma breit moet het een close up zijn. Hierbij moeten de handen te zien zijn.

De foto's moeten in kleur zijn waar het moderne mee word benadrukt.

De kleuren in een foto moet rustgevend zijn hierbij mogen geen felle kleuren van pas komen.

De oma hoeft niet hip te zijn op de foto. en er hoeft geen close up gemaakt te worden van de oma.



Tone of Voice

Schriftelijk

De manier dat we schrijven naar de klant is persoonlijk, hierbij worden met beleefd met u aangesproken. Omdat het beleefd naar de klant toe is. Er moet altijd voor gezorgd worden dat wat je zegt duidelijk gecommuniceerd word tegenover de klant. Er moet niet vanuit worden gegaan dat wat jezelf bedoeld ook duidelijk is voor de klant.

Het persoonlijke briefje dat bij het product zit is handgeschreven. Hierin word kort en bondig een persoonlijke notitie neergezet. Waardoor de klant de persoonlijkheid van het product merkt.

Er mag geen straattaal of jargon geschreven worden.

*With love,
the best look*

Aanspraak in winkel of telefoon

In de winkel zal de klant meteen aangesproken worden. Op een beleefde manier, waarbij bijvoorbeeld ook een kop koffie of thee word gezet. Er zal hier gesproken worden met persoonlijke taal, zonder jargon of straattaal.



Design richtlijnen

De ontwerppunten binnen product ruimte en media zijn hip, uniek en warm.

Uniek zal zich in alles terug laten komen door de combinatie van de warme tint en dat het modern hip is.

De kleuren die bij product ruimte en media gebruikt mogen worden zijn de kleuren van het logo en kleuren die rustig overkomen.

Er moet zich gehouden worden in product ruimte en media aan de richtlijnen van de typografie die staan vermeld in het brandbook.

Bij media zal het promotie middel moeten voldoen aan iets wat hip uniek en toch ook warm is.

En wanneer men naar de welkomspagina komt zal men het gevoel hebben tussen een combinatie van persoonlijk met modern.

De ruimte waar grootmoes mooiste in zal zitten is klein maar knus, de buitenkant zal rust uitstralen, met een hippe tint.

De binnenkant zal de inrichting de rustige kleuren hebben, maar ook een beetje hip omdat het niet oubollig moet zijn. Hierin zal een rustiek hout terug te vinden met moderne kleuren van grijs tinten. Hier zal onder andere hout terug te vinden zijn, omdat hout een warme plek aangeeft.

De verpakkinglijn zal een geheel zijn van rustige, maar ook moderne kleuren, vormen zullen een combinatie zijn van strak en rondingen.

