

Brandbook

STACK

Sustainable | Innovative | Efficient

Inleiding

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

Wat is het merk?

Stack is een merk dat door innovatieve oplossingen opslag bij elkaar brengt.

Het product dat nu op de markt wordt gebracht is een fruitschaal en kruidentuintje gecombineerd.

Het product zal alleen in Nederland in de winkels liggen, maar omdat we een webshop gaan opzetten kunnen consumenten uit het buitenland ook bij ons bestellen.

Onze doelgroep voor het merk zijn mensen die graag met innovatieve producten werkt en denkt aan het milieu en de duurzaamheid van producten die hij/zij koopt.

Voor het product is de doelgroep wat kleiner.

Ze vinden duurzaamheid en innovatieve ideeën

belangrijk, maar ook bewust omgaan met eten en gezond leven staan hoog in het vaandel.

Stack belooft de klanten een product dat opslag op een innovatieve manier met een ander artikel combineert. In dit geval is dat een fruitschaal en een kruidentuin.

Kernwaarden/merkwaarden:

De kernwaarden van Stack zijn duurzaamheid, innovatief en effectient.

Dit staat voor het bedrijf, alle producten die wij gaan uitbrengen moeten aan deze kernwaarden voldoen.

Voor de producten komen er ook merkwaarden bij kijken.

Voor het product Vito gelden ook;

- Gezondheid
- Onderscheidend
- Inventief

sustainable,
innovative
and
effective

Inhoud

02

Inleiding

04

Persona

05

Logo

07

Kleur

07 Logo
08 Overig

09

Lettertype

09 hiërarchie
10 Basistypografie
11 Logo & overig

12

Fotografie

13

Tone of voice

14

Design richtlijnen

Persona



Dit is Julia,

Julia en haar vriend Daan hebben net hun eerste huis gekocht in Rotterdam noord, het zijn mensen van de stad. Ze werken allebei part-time maar ondanks dat zijn ze de hele week bezig.

Julia is erg actief en is vaak met haar vrienden en collega's. Julia heeft al sinds dat ze klein was een kinderwens, ze is erg sociaal en heeft altijd al verzorgende ambities gehad, ze werkt dan ook als bedrijfsarts bij een grote firma. Ze heeft altijd al veel bewogen en loopt nog steeds hard.

Omdat Julia en Daan vaak erg druk zijn hebben ze niet vaak tijd om naar de markt te gaan om verse groentes en kruiden te kopen, de supermarkt om de hoek bied daarentegen steeds meer vers fruit en opties om kruiden zelf te groeien.

Daan en Julia hebben twee jaar geleden een reis gemaakt naar Marokko, hierdoor verbreedde de interesse van Julia en Daan in koken zich en sinds dien gebruiken ze steeds meer verschillende kruiden.



Een tijdje geleden besloten Julia en Daan gezonder te gaan eten. Omdat op financieel gebied alles stabiel verliep vonden ze het ook niet erg om hier wat kleine investeringen voor te doen.

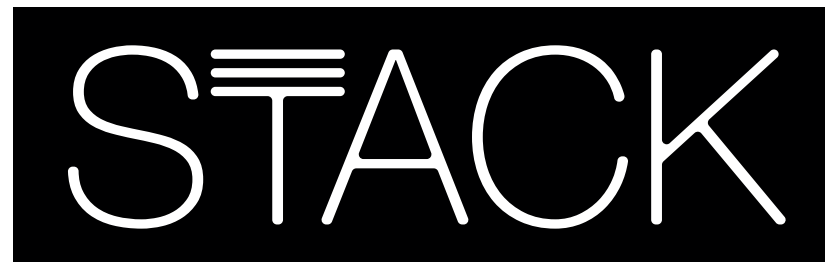
Logo

Logo is een woord- en beeldmerk, maar voornamelijk een woordmerk.

Het logo weergeeft doormiddel van de naam en beeld waar wij voor staan. (stapelen van elementen).

De ronde maar slanke vorm, weergeeft de organische vorm van onze producten.

Stack heeft zijn eigen lettertype waardoor deze niet kan worden nageemaakt.



Logo diapositief



Logo kan met een achtergrondkleur worden gebruikt, wanneer het bij de sfeer past. Alleen van toepassing op de kleuren binnen ons pallet.



Logo mag niet een streep missen.



Logo mag geen outlines bevatten.



Het logo mag geen hoeken bevatten.



De letters van Stack mogen geen andere kleuren bevatten van wit en zwart.



Strepen mogen niet veranderen ten opzichte van het woord. Het vormt samen een geheel.



De strepen mogen niet missen.



Geen vervorming van het logo.



Geen ander lettertype.



Geen 3D- of schadueffecten in de vorm en/of de naam.

Kleur

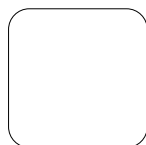
Logo

Logo bevat de kleuren zwart en wit, hiervoor mogen ook geen andere kleuren worden bruikt. Dit om het logo strak en simpel te houden.

PANTONE - voor drukkers.



NCS S 3020-G30Y
PANTONE P
PROCESSBLACK
U



NCS S 2060-G70Y-
PANTONE P 1-1 U

CMYK - voor printers.



C 91
M 79
Y 62
K 97

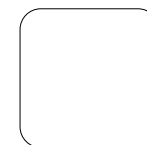


C 0
M 0
Y 0
K 0

RGB - voor beeldschermen.



R 0
G 0
B 0
#000000



R 255
G 255
B 255
#ffffff

Kleur

Overig

De achtergrond kleuren en kleuren voor andere toepassingen, mogen alleen worden gebruikt met de kleuren van ons pallet.

Het groen straalt het frisse uit van de gezonde levensstijl van de doelgroep.

De bruine en grijze tinten zorgen voor een neutrale en strakke uitstraling. Dit zijn ook de kleuren die veel terug komen in een huishouden.

Daarnaast gebruiken we okergeel om de uistraling nog iets frisser te maken.

PANTONE - voor drukkers.



PANTONE 20-0200
TPM
Gunpowder



PANTONE P 17-7 C



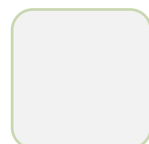
PANTONE 20-0185
TPM
Tortuga Bay



PANTONE 577 C



PANTONE 12-0313
TCX
Seafoam Green



PANTONE P 179-1 C

CMYK - voor printers.



C 85
M 59
Y 82
K 76



C 9
M 36
Y 82
K 1



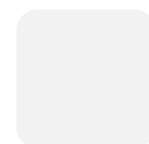
C 71
M 34
Y 100
K 22



C 41
M 11
Y 62
K 0



C 27
M 7
Y 38
K 0



C 6
M 4
Y 5
K 0

RGB - voor beeldschermen.



R 4
G 39
B 0
#042700



R 232
G 170
B 64
#e8aa40



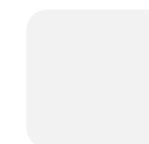
R 80
G 114
B 0
#507200



R 169
G 192
B 125
#a9c07d



R 201
G 215
B 176
#c9d7b0



R 242
G 242
B 242
#f2f2f2

Lettertype

We gebruiken een duidelijke hiërarchie binnen onze lettertype.

Door verschil van grootte is een duidelijk verschil te onderscheiden.

Alle tekst moet links of rechts worden uitgelijnd.

voorbeeld

Paginatitel

Subtitel

Inleiding

Subkopje

Bodytekst

Lettertype

Basistypografie

Paginatitel

Helvetica neue bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Subtitel

Helvetica neue light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Subkopje

Helvetica neue bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Inleiding

Helvetica neue italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Body

Helvetica neue regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Lettertype

Logo & overig

Logo

Stack

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Overig

Helvetica neue light italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

persoonlijk kaartje

Andala Mono

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Fotografie

Voor de product en marketing fotografie willen we een aantal regels opstellen die er voor moeten zorgen dat de sfeer die we uitstralen als onze oorspronkelijke intentie luid.

Zorg ervoor dat, in het geval van productfotografie, er geen objecten of handelingen zichtbaar zijn die de aandacht van het product afleiden.

Zorg dat in het geval er mensen in de compositie worden geplaatst voor proportionele en verhoudingsgewijze doeleinden, de foto wordt geschoten met een verlengde sluitertijd waardoor de mensen in de compositie onherkenbaar worden en louter voor de oorspronkelijke doeleinden functioneren.

Zorg ervoor dat het geval van productfotografie, het product in gebruik is. Dat wil, in dit geval, zeggen dat er fruit in ligt of kruiden op groeien.



Het product is duidelijk met inhoud



Product is niet in gebruik, Dit mag alleen wanneer het is om previews van het product te laten zien.



Mensen zijn door langere sluitertijd onzichtbaar gemaakt op de foto.



De hand is scherp.

Tone of voice

We gebruiken je op onze website en in onze nieuwsbrieven ook op op social media en tegen mensen die we goed kennen. Dit om wat dichter tot te klant te zijn, door het wat persoonlijker te maken het contact.

Je = productteksten, klantenserviceinformatie, advertenties.

bij het persoonlijke kaartje aan het product gebruiken we ook je, omdat we dit ook wat persoonlijker willen maken.

Bij direct contact, in persoon, via e-mail of telefoon? of vraag je om persoonlijke gegevens. Spreek je gesprekspartner dan aan met 'u'. De klanten moeten netjes aangesproken worden, dit doen we door respectvol met de klanten om te gaan en te voutsvoyeren.

U = checkout, orderbevestiging, e-mails, telefonisch contact

Met de Vito,
heb jij jouw
ecologische
voetafdruk
verkleind

Met hand gemaakt door

Design richtlijnen

De ontwerpprojectpunten binnen product ruimte en media zijn duurzaam, innovatief en effectief.

Duurzaam zal in de ontwerpen terug worden gebracht door de materialen die we gebruiken, maar ook door de uitstraling van de groene tinten.

Innovatief zal in de ontwerpen terug te zien zijn dmv de ontwerpen die we maken ze zijn vernieuwend doordat we elementen stapelen

Effecient zal in de ontwerpen terug te zien zijn doordat er minder materialen nodig zijn om hetzelfde doel te bereiken.

Media:

De uitstraling van de media uitingen zullen allemaal het logo bevatten. Daarnaast zullen de overige kleuren uit ons brandbook ook terugkomen binnen de media uitingen.

Product:

Onze producten zijn visueel aantrekkelijk vormgegeven. Dit zal door organische vormen terug te zien zijn. De duurzaamheid van het product zal dmv de materialen terug te zien zijn.

Ruimte:

Ruimtes zijn altijd om de omgeving om het product heen te weergeven.