

Branding evi Design

Verantwoording



Naam: Bavli Armanyous

Klas: M2-DB01

Inhoudsopgave

Introductie.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Inleiding.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Usability testing.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Waarom Usability testing?	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Onderzoeksvraag:	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Testmethode.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
De test.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Waarom een schema gebruiken?	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Scenario onderzoek.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Conclusie onderzoek.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
De Scenario's	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Literatuur.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.



Introductie

Bij ons allereerste project moesten we samenwerken in een team van studenten om een eigen huisstijl te ontwikkelen voor een muzikartiest. We moeten een brandguide en een contentstrategie presenteren als onderdeel van onze opdracht. Mijn team bestaat uit Artun, Danny, Thammy en natuurlijk ikzelf.

Inleiding

De opdracht die we hebben gekregen voor het branding project als groep was om als “Media Bedrijf” een artiest bekender te maken (d.m.v. social media en branding) en om een eigen stijl voor die artiest te creëren. De artiest die aan onze groep was aangewezen heet Eline Wijnands. Haar artiestennaam is evi. Eline is een beginnend zangeres en songwriter en wij moesten voor haar een brandguide en contentstrategie maken.

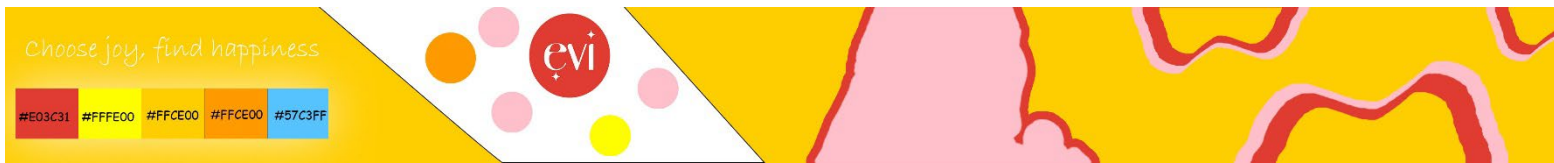
In dit artikel vind je de verantwoording van de designs die ik heb gemaakt tijdens het branding project voor evi.

Stylescape evi

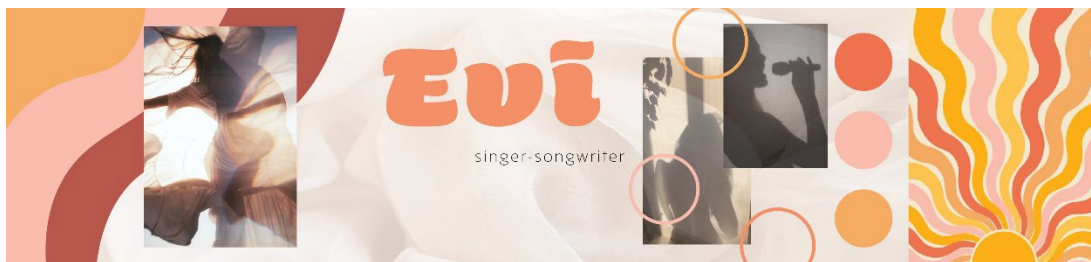
Het eerste dat we moesten doen voor haar was een stylescape maken. Een stylescape is eigenlijk een soort moodboard, maar dan wat specifiek. De stylescape is een canvas waarin je een identiteit van een bedrijf of persoon in terug ziet. Het is een combinatie van visuele elementen, kleuren, typografie, fotografie, illustratie en andere stijlelementen.

We hebben als groep dus besloten dat we allemaal een eigen versie van de stylescape maken voor evi en dat we samen dan achteraf beslissen welke we naar haar gaan opsturen, zodat ze niet overweldigd wordt met allerlei verschillende stylescapes. Ik heb er zelf maar 1 gemaakt, maar een paar van mijn groepsgenoten hadden er meer. Uiteindelijk is het mijn stylescape niet geworden helaas, maar dat had ik eigenlijk ook niet verwacht, want ik weet van mezelf dat ik nog niet zo sterk ben in design. Het maken van de stylescape heeft mij echter wel wat meer creativiteit toegebracht doordat ik met verschillende vormen, kleuren en lettertypes kon puzzelen.

Op Afbeelding 1 zie je de Stylescape die ik heb gemaakt en op Afbeelding 2 zie je de stylescape die het wel is geworden



Afbeelding 1 Mijn stylescape voor evi



Afbeelding 2 Door de groep gekozen stylescape voor evi

De stylescape op Afbeelding 2 is gemaakt door een groepsgenoot van mij (Thammy).

Omdat ik in het voorjaar van semester 2 niet echt de kans heb gekregen om door te nemen wat een stylescape nou precies is en wat de gedachte erachter is, heb ik ervoor gekozen om deze keer er wat meer onderzoek naar te doen. Dit onderzoek is terug te vinden in het volgende pdf-bestand:



Stylescape
Research.pdf

Hierin staat ook hoe ik op de uitwerking van mijn stylescape voor evi.

Tone of Visual evi

Na het maken van de stylescape was de opdracht om aan de brandguide voor evi te beginnen. Hierin moet duidelijk worden weergegeven welke kleuren, typografie illustraties, etc. moet worden gebruikt en eventueel hoe het niet mag worden gebruikt. Een soort handleiding voor het gebruik van de stijl.

Bij deze opdracht was ik verantwoordelijk voor het maken van een Tone of Visual voor evi.

Ik heb een aantal variaties gemaakt van de Tone of Visual. Je kunt het eindresultaat vinden op



Afbeelding 3 (T.o.V. 1.4)

Het onderzoek naar de Tone of Visual en de verantwoording naar alle andere variaties zijn te vinden in het volgende pdf-bestand:



Tone of Visual
Research.pdf

T.o.v. 1.4 Verantwoording:

De 'Tone of Visual' in deze afbeelding is nauwkeurig gemaakt om de "feel" van Evi uit te stralen. De focus van het beeld ligt in de kleurrijke afbeelding van het gezicht van een vrouw, rechts bovenin. De afbeelding wordt gekenmerkt door zijn gedurfde en expressieve streken. Onder de afbeelding van gekleurde vrouw staat een vrouw met een gekrulde afro en een zonnebril op, omringd door confetti. Ze straalt een vrolijke en zorgeloze energie uit. Bovendien is helemaal aan de linkerkant van de afbeelding een vrouw in een kleurrijke outfit. Deze vrouw valt op door haar levendige kleding en unieke kapsel. Haar speelsheid draagt bij aan de algehele luchthartigheid van het visueel. Midden bovenin staat een vrouw met hoed die poseert in een veld met bloemen. De serene achtergrond benadrukt haar aanwezigheid. Onder de die vrouw is een afbeelding met een zon op de achtergrond te zien. Dit element voegt een zonnige en vrolijke sfeer toe aan het visueel. Samen creëren deze elementen een boeiend en dynamisch beeld, met levendige kleuren, diverse individuen en een viering van creativiteit en zelfexpressie.

Je kunt ons volledige brandguide via de volgende link bekijken:



Brand Guide evi
(Final).pdf

Het logo van de 'e' als een zonnetje is ook ontworpen door Thammy (Afbeelding 4).



Afbeelding 4 Logo voor evi

Na het maken van de brandguide, zijn we begonnen aan de contentstrategie. Die valt echter onder 'Research'. Je kunt (het onderzoek naar) de contentstrategie en alle andere onderzoeken vinden via de onderstaande link:



Contentstrategie
Research.pdf



Content Strategy
evi.pdf



Branding evi
Research Verantwoor

Reflectie

In mijn rol binnen het teamproject voor het ontwikkelen van een huisstijl voor de evi, heb ik waardevolle inzichten en ervaring opgedaan. Hoewel mijn eigen stylescape uiteindelijk niet gekozen werd, heeft het proces van het creëren ervan mij geholpen om wel om creatiever te worden en beter te begrijpen hoe je iets of iemand een speciale stijl geeft. Het maken van de 'Tone of Visual' voor evi liet me zien hoe belangrijk het is dat alles er goed en samenhangend uitziet als je een merk maakt. Door dit project ben ik beter geworden in het maken van designs en heb ik geleerd hoe belangrijk het is om goed samen te werken en veel na te denken over nieuwe ideeën.