



Klas 1 groep 4

Kyra, Jop, Levi, Hein en Loes

Project 1

## Inhoudsopgave

Opdracht .....	3
Planning Branding.....	4
Ideeen .....	6
Onderzoeks vragen .....	7
Doelgroep .....	8
Woorden die te maken hebben met geluid .....	11
Toepassing van de branding op verschillende media.....	11
Kleuren die vaak gebruikt worden voor het representeren van geluid.....	12
Welke kleuren zijn relevant voor het product?.....	12
Met welk lettertype kan je audio representeren? .....	15

Figma link met onze designs:

<https://www.figma.com/file/2kKTZJJ0jp14SJh7gErjJN/SoundWave?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=a3tSGzsAQJltdZXs-1>

## Opdracht

Bericht van opdrachtgeven:

Creëer een branding gids voor de Soundlab in R10. Het maakt deel uit van de medialabs in het gebouw, samen met de pixel Playground (het video/virtual production lab). Wie is het doelpubliek, waarvoor dient het lab en hoe kun je een aantrekkelijk ontwerp ervoor maken?

De branding gids moet (minimaal) het volgende bevatten:

- Een naam voor het soundlab (zoals Pixel Playground voor het video lab; gebruik dezelfde sfeer/thema). "Pixel Playground Soundlab" is geen optie.
- Logo-ontwerp (suggesties zijn prima, maar zorg ervoor dat je iteratief werkt)
- Kleur Schema
- Typografie
- Elke aanvullende functies die nuttig zijn voor de branding (doe onderzoek!)

Jouw ontwerp zal worden gebruikt voor prints zoals posters en stickers, en uiteindelijk op de website met tutorial. Zorg ervoor dat je jouw ontwerpkeuzes rechtvaardigt door goede onderzoek voorbeelden te geven!

Als snelle start heb ik dit logo- (en naam-) idee dat ik snel heb samengesteld op vrijdag. Nog de naam, noch het logo/stijl zijn definitief.



## Planning Branding

Gedurende de eerste vier weken werk je aan de branding voor een cliënt. Hieronder vind je een indicatie van de aspecten waaraan je werkt tijdens de verschillende weken.

### Week 1:

- Maandag: Start-up met de cliënt
- Activiteiten van de studenten:

#### Begrip van de cliënt

- Stijl
- Kernwaarden
- Omzetten naar stylescapes

- Beginnen met Brandguide

### Week 2:

- Activiteiten van de studenten:
  - Afronden Brandguide
  - Starten met Contentstrategie
  - Voorbereiden van een presentatie voor de cliënt
  - Vrijdag: interim demonstratie, voorbeeldinhoud
    - Wie/wat is de artiest?
    - Waarden
    - Wat is hun wens?
    - Brandguide/corporate identity
    - Plannen voor de komende weken

### Week 3:

- Activiteiten van de studenten:
  - Brandguide definitief maken
  - Ontwikkelen van contentstrategie
  - Beginnen met werken aan brandingmiddelen

Week 4:

- Werken aan het afronden van alle producten
  - Brandguide
  - Contentstrategie
  - Middelen die passen bij de contentstrategie
- Vrijdag: Finale presentatie artiesten
  - Punten die naar voren kunnen komen
    - Verhaal van de artiest
    - Hoogtepunten uit de brandguide
    - Contentstrategie
    - Middelen

## Ideeën

Het videolab dient als basis voor het ontwerp van het redesign van het soundlab. Het videolab heet 'Pixel Playground', het is een idee om een naam te bedenken voor het soundlab. Allitererende namen zijn het leukst.

Namen kunnen zijn:

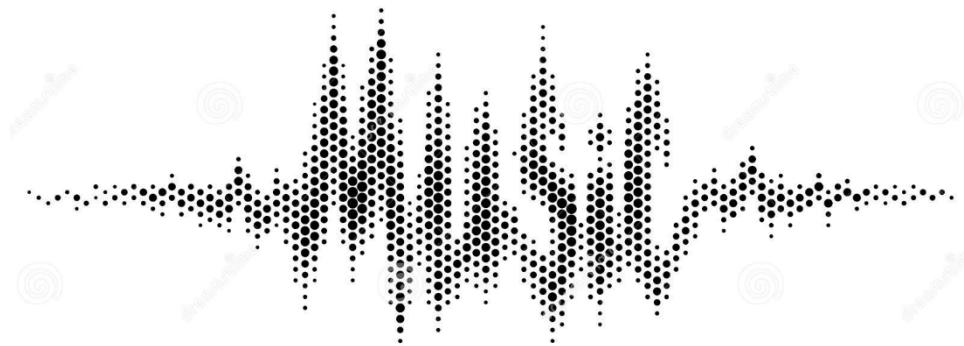
Fun Frequencies

Waveform Workshop

Frequency Forge

Pitch Playground, een tegenspeling van Pixel Playground, die laat zien dat het met elkaar verbonden is, terwijl de naam iets over het onderwerp zegt.

Met logo ideen:



dreamstime.com

ID 155319594 © Polygraphus

## Onderzoeksvragen

1. Wie is de doelgroep?
2. Hoe kan audio het beste gerepresenteerd worden in het logo?
3. Welke woorden hebben te maken met geluid (om de naam te bedenken)?
4. Hoe kan de branding van het Soundlab worden toegepast op verschillende media (prints, website, social media) en in verschillende contexten (promotie, educatie etc.)?
5. Welke kleuren worden vaak gebruikt voor het representeren van audio?
6. Welke kleuren zijn relevant voor het product?
7. Met welk lettertype kan je audio representeren?

## Doelgroep

*Hier wordt de doelgroep van het product uitgelegd.*

De doelgroep van deze branding zijn de mensen die geïnteresseerd zijn in het opnemen van een podcast en mensen die meer informatie willen over de ruimte. Nog specifieker zijn semester 2 en 3 media studenten. De doelgroep moet aan de hand van de producten goed kunnen zien wat voor ruimte het is en makkelijk meer informatie kunnen vinden.

De rebranding is nodig om het een nieuw look te geven en te zorgen dat er meer mensen bereikt worden.

De behoefte van de stakeholder is dat op de deur van het soundlab een poster komt te hangen die semester 2 en 3 media studenten aantrekt. De poster moet duidelijk maken wat je in de ruimte allemaal kunt doen.

Voor het soundlab is het van belang dat de naam maar ook het ontwerp dezelfde ‘vibe’ of thema heeft. Maar het mag niet direct lijken op Pixel Playground. De naam moet te maken hebben met geluid dus het thema speelt hier op in.

Een van de belangrijkere vragen die beantwoord moet worden is: *“Welke visuele elementen (logo, kleuren, typografie) zijn het meest effectief om de doelgroep aan te spreken en de identiteit van het Soundlab te communiceren?”*

Zoals elk goed logo, moet het logo voor het soundlab herkenbaar, memorabel en strak zijn.

Ik heb enkele concepten met verschillende namen gemaakt:

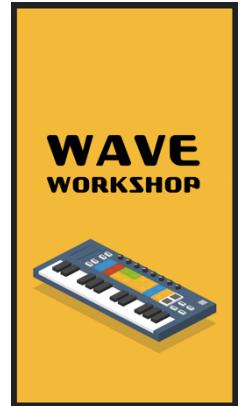


Bij Waveform Workshop maak ik gebruik van een strak lettertype om een woordmerk te bedenken. Er is een speelse draai op het



Na onze klant te vragen om feedback komen we er achter dat 'Pitch' misschien niet zo'n goed woord zou zijn om op te hangen. De letter 'p' lijkt immers al snel op een 'b'.

Wave Workshop zou een ander idee zijn voor dit ontwerp



## Woorden die te maken hebben met geluid

- Sound
- Audio
- Wave
- Waveform
- Loud
- Sonic
- Decibel
- Speech
- Hertz
- Amplify
- Amplited
- Amp
- Echo
- Vibration

Bij het videolab wordt gebruik gemaakt van aliteraties: 'Pixel Playground'. Het doel is om dit ook te doen bij het audiolab. Hier zijn een aantal namen:

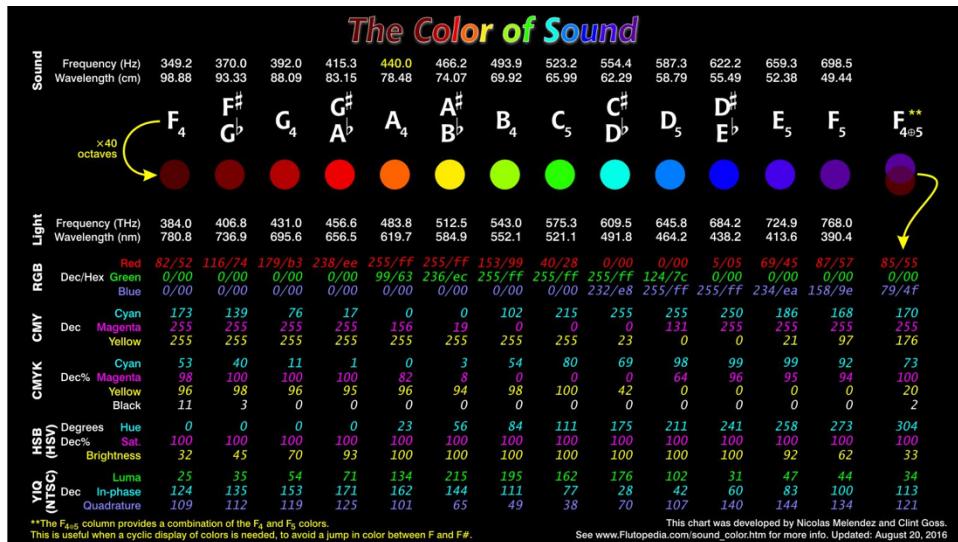
- Sound Sanction
- Audio Alley
- Audio Attic
- Wave Workspace
- Waveform Workshop
- Loud Lawn
- Loud Landscape
- Sonic Sandbox
- Decibel Desert
- Decibel Domain
- Speech Sector
- Hertz Hallway
- Hertz Hangar
- Hertz Heaven
- Hertz Haven
- Amplified Attic
- Amplified Alley
- Amp Attic
- Amp Alley
- Vibration Valley

## Toepassing van de branding op verschillende media

Voor de branding van het Soundlab kunnen een aantal dingen gedaan worden. Zo kunnen er posters op de muren gehangen worden om aan te geven hoe het Soundlab werkt. Zodat er niet steeds gevraagd moet worden hoe alles werkt. Ook kan er op de Soundlab website een introductievideo gemaakt worden. Zodat studenten op de hoogte zijn dat dit bestaan. Tot slot kan er bij de ISSD een aantal flyers liggen die de weg geven naar het soundlab.

Kleuren die vaak gebruikt worden voor het representeren van geluid

Voor het representeren van geluid worden eigenlijk alle kleuren gebruikt. Geluid werkt hetzelfde als kleuren, ze geven een emotie. Zie hieronder de afbeelding.



Je zou wel gebruik kunnen maken van de kleurcodes die gebruikt worden om een microfoon of koptelefoon aan te sluiten:

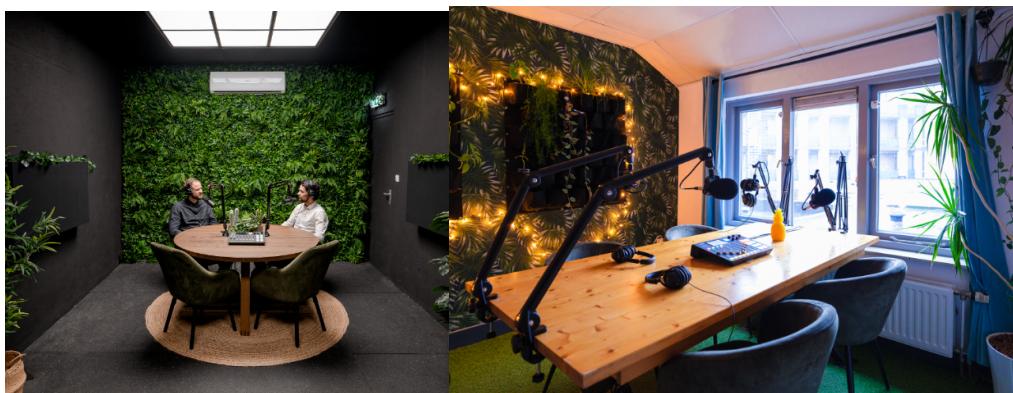
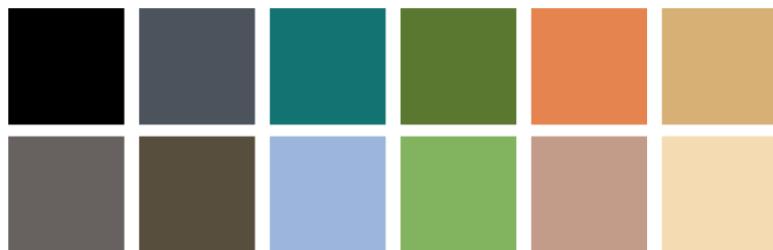


Welke kleuren zijn relevant voor het product?

De sound lab word voor voornamelijk 2 doelen gebruikt, muziek opnemen en podcasts opnemen.

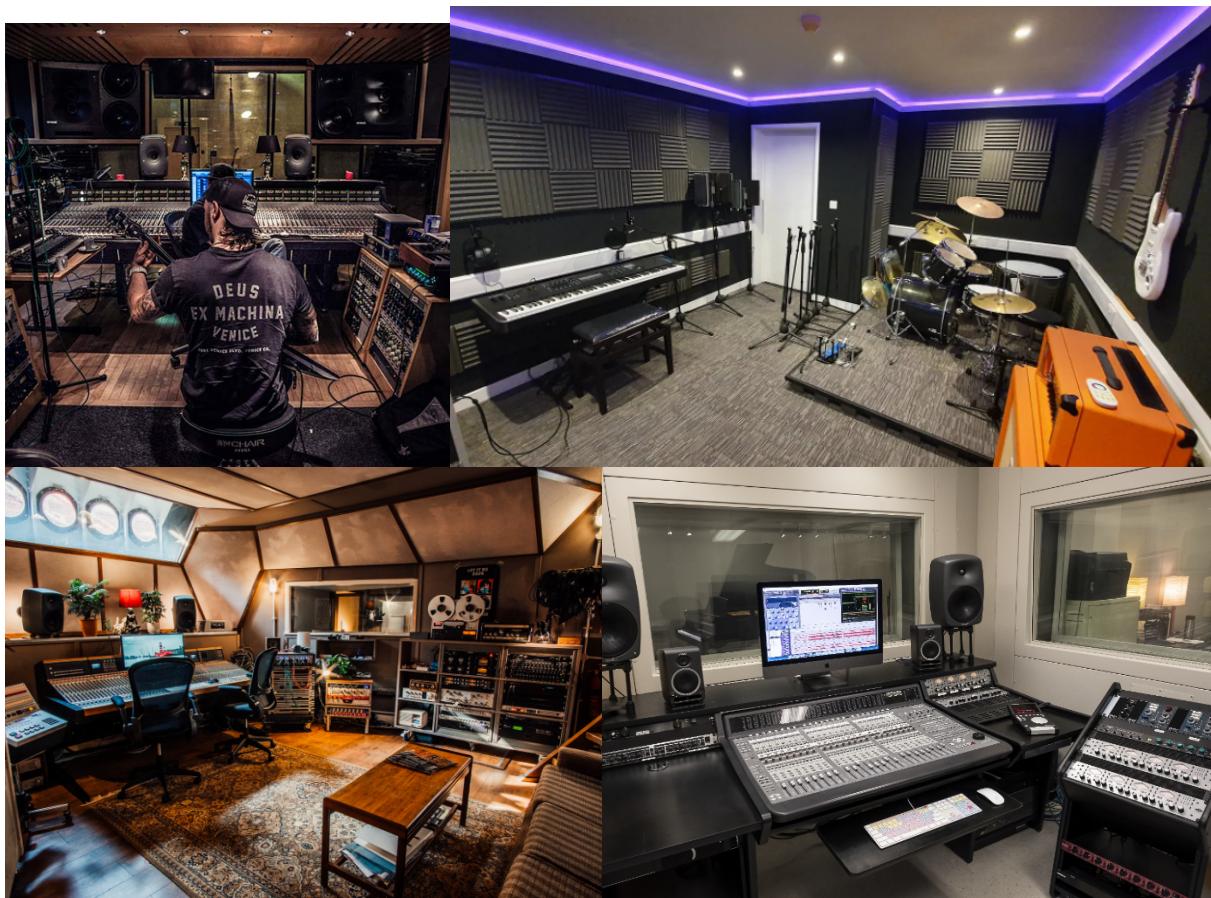
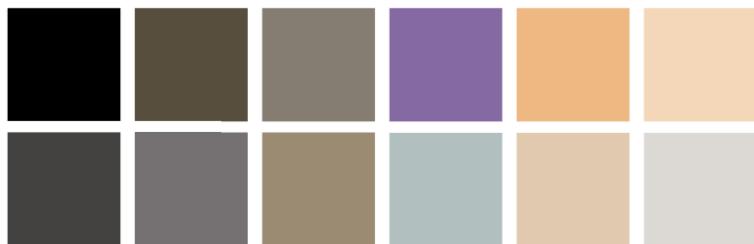
Voor het onderzoek kijk ik naar branding van muziek studio's en podcast studio's. en welke kleuren deze bedrijven gebruiken

Podcast studio's maken voornamelijk gebruik van donkeren muren, zoals zwart donker grijs, donker groen of donker blauw en licht gekleurde meubels. De trend bij podcasts is om veel planten in de studio neer te zetten met led lampen en houten panelen.



## Muziek studio's

Muziek studio's maken voornamelijk gebruik van donkeren muren, dit komt vaak omdat de er sound proof foam op de muren zit, deze is voornamelijk in het zwart te verkrijgen.



## Met welk lettertype kan je audio representeren?

Audio wordt typisch niet gerepresenteerd door lettertypen, maar door geluidsgolven. Geluidsgolven kunnen worden weergegeven met behulp van spectrogrammen, golfvormen of andere audio grafische representaties. Lettertypen worden daarentegen gebruikt om tekst weer te geven in geschreven vorm. Dus er is geen specifiek lettertype dat wordt gebruikt om audio te representeren.

Voor een audio studio zou je willen kiezen voor een lettertype dat professioneel, modern en gemakkelijk leesbaar is, passend bij het imago van de studio.

**Agrandir Grand Light** is een strak en elegant lettertype met moderne, slanke letters en subtiele variaties in lijndikte. Het is perfect voor diverse ontwerptoepassingen, zoals koppen, teksten, logo's en branding.

**Helvetica Neue.** Dit is een klassiek, veelzijdig en gemakkelijk leesbaar lettertype dat vaak wordt gebruikt in design en media.

**Proxima Nova:** Een modern en strak lettertype dat goed werkt voor titels en branding, terwijl het toch leesbaar blijft op verschillende schermformaten.

**Gotham:** Een eigentijds en stijlvol lettertype dat populair is vanwege zijn helderheid en elegantie. Het kan een professionele uitstraling geven aan de branding van de studio.

**Avenir:** Een schoon en evenwichtig lettertype dat zowel modern als tijdloos is. Het is goed leesbaar en zou passen bij de studio.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Helvetica Neue Ultra Light  
Helvetica Neue Thin  
Helvetica Light  
Helvetica Roman  
Helvetica Medium  
**Helvetica Bold**  
**Helvetica Black**

**Proxima Proxima**  
**Proxima Proxima**  
**Proxima Proxima**  
**Proxima Proxima**  
**Proxima Proxima**  
**Proxima Proxima**

## Gotham

Gotham Thin	Gotham Thin Italic
Gotham Extra Light	Gotham Extra Light Italic
Gotham Light	Gotham Light Italic
Gotham Book	Gotham Book Italic
Gotham Medium	Gotham Medium Italic
<b>Gotham Bold</b>	<b>Gotham Bold Italic</b>
<b>Gotham Black</b>	<b>Gotham Black Italic</b>
<b>Gotham Ultra</b>	<b>Gotham Ultra Italic</b>

Avenir Light  
Avenir Regular  
**Avenir Bold**  
Avenir Light Italic  
Avenir Italic  
**Avenir Bold Italic**

**Futura:** Een klassiek lettertype met een modern, dat een gevoel van vooruitgang en innovatie kan overbrengen.

Futura Light  
*Futura Light Oblique*  
Futura Book  
*Futura Book Oblique*  
Futura Medium  
*Futura Medium Oblique*  
**Futura Bold**  
***Futura Bold Oblique***  
**Futura Extra Bold**  
***Futura Extra Bold Oblique***