

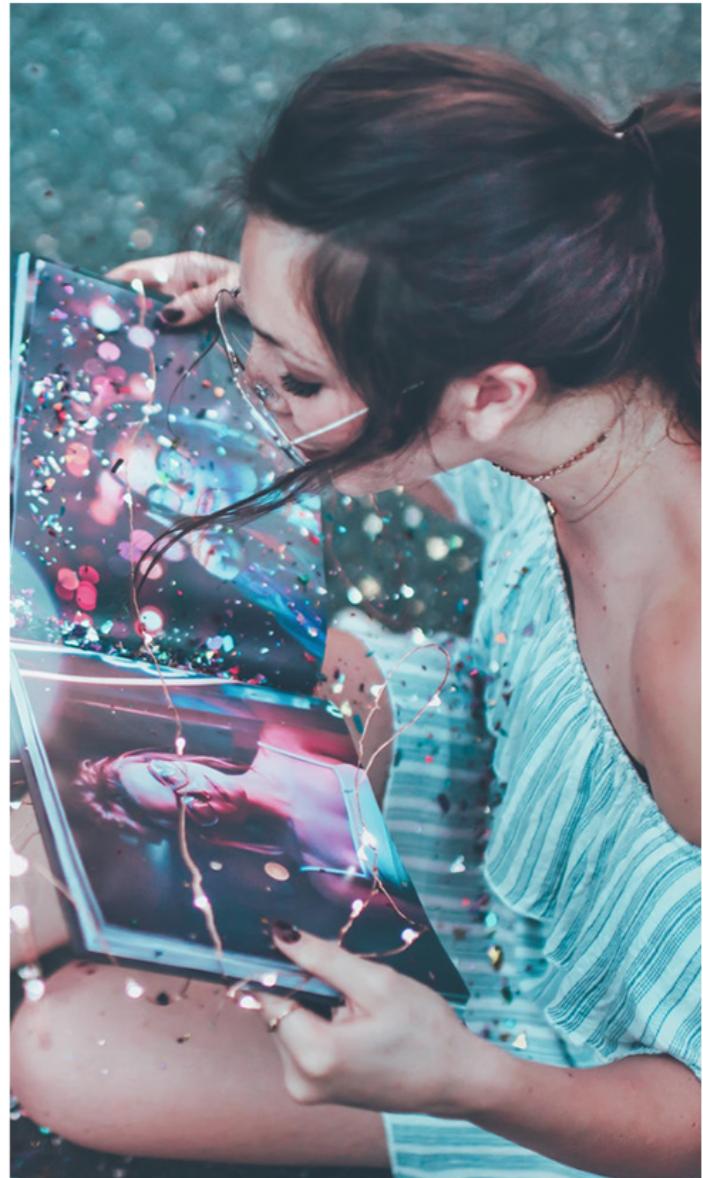


Poster serie  
Bas van Montfort - M41

# Moodboard

## Moodboard

Gift Surprise Factory



"*Lets make a memory*"

# 1e versie

Les: Semiotiek & Visual Design

Afgerond: 9 oktober 2017

Let's make a  
**memory**



*SurpriseFactory*



Let's make a  
**memory**

Let's make a  
**memory**





Let's make a  
**memory**

Let's make a  
**memory**



# Feedback

- Logo mag groter op de poster
- Zoek en werk met andere lettertypes
- Simpel vorm van boekje/focus icoon is mooi, maar experimenteer met dit idee
  - Goede sfeerbeelden gebruikt

# 2e versie

Les: Communicatiestrategie

Afgerond: 23 oktober 2017



SMALLEST MOMENTS  
GREATEST MEMORIES

[WWW.SUPRISEFACTORY.NL](http://WWW.SUPRISEFACTORY.NL)

SMALLEST MOMENTS  
GREATEST MEMORIES



 *SurpriseFactory*  
[WWW.SURPRISEFACTORY.NL](http://WWW.SURPRISEFACTORY.NL)

WWW.SUPRISEFACTORY.NL



SMALLEST MOMENTS  
GREATEST MEMORIES

 SurpriseFactory





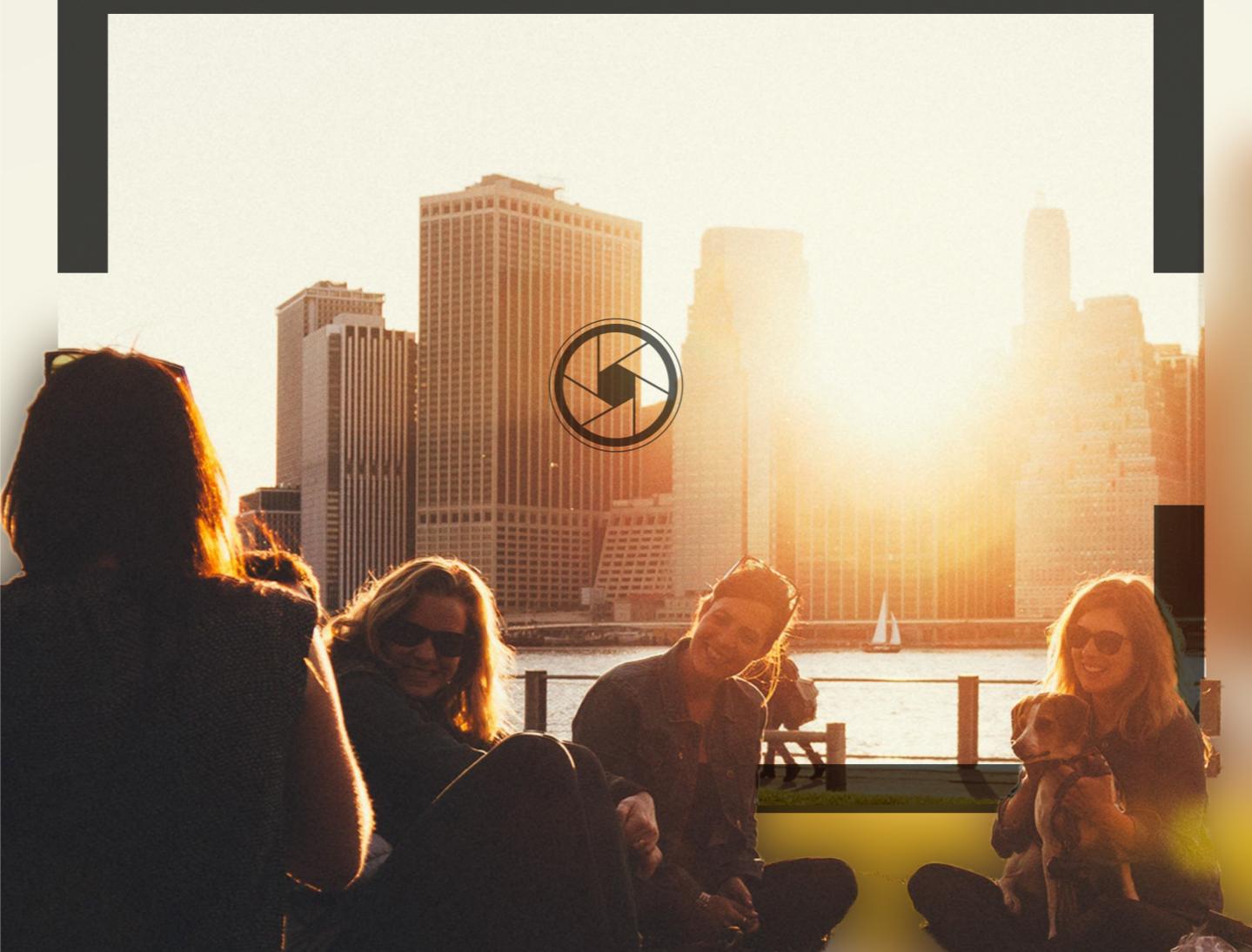
WWW.SURPRISEFACTORY.NL



SMALLEST MOMENTS  
GREATEST MEMORIES



SMALLEST MOMENTS  
GREATEST MEMORIES



WWW.SUPRISEFACTORY.NL

 SurpriseFactory

# Feedback

- Duidelijk vooruitgang ten opzichte van eerste versie
  - Goed gekeken naar typografie
  - Weinig keuzes op basis van communicatie strategie
- Hoeft geen nieuwe versie te maken, maar is wel goed als je reflecteert wat je volgende beter wilt doen

3e versie

📍 EEN DAGJE NAAR PARIJS

SMALLEST MOMENTS, GREATEST MEMORIES



WWW.SUPRISEFACTORY.NL

# Verantwoording

Deze poster heb ik gemaakt om toch te kijken welke andere keuzes ik zou maken op basis van het communicatieplan van SurpriseFactory. Zo zijn er weer enkele aanpassingen en toevoegingen gedaan om hier beter op in te spelen. Voornamelijk de verandering van de doelgroep heeft voor grote verandering gezorgd binnen deze poster. We leggen nu de focus op avontuurlijke uitjes of op dagjes uit zoals een stad bezoeken zoals in deze foto te zien is.

# 4e versie

Les: Mediastrategie

Afgerond: 10 december 2017

📍 SAFARI JOGGEN, VELUWE





WWW.SUPRISEFACTORY.NL

📍 SAFARI JOGGEN, VELUWE



*Let's make a  
Memory*



WWW.SUPRISEFACTORY.NL

# Verantwoording

Bij deze versie heb ik gekozen voor een interactieve poster voor bijv. op een station. Hierbij ontstaat er dus een animatie bestaande uit deze 3 onderdelen. Eerste is te zien dat iemand een actief uitje heeft in de Veluwe, waarbij hij/zij op een mooi plekje een herinnering vastlegt. Hierna ziet de gebruiker een flits en is de foto gemaakt. Tot slot is deze foto te zien van deze gebruiker in het boekje en is het proces compleet.

Wanneer dit dan echt gebruikt zou worden zouden er foto's voorbij komen van gebruikers van SurpriseFactory en spelen we dus in op een user generated campaign. In deze posters komt de blauwe kleur steeds terug omdat hiervoor gezamenlijk is gekozen binnen de content media strategie. Op deze manier heb we een duidelijk verloop van alle onderdelen binnen deze strategie.