

RUBY MUS



# INHOUDSOPGAVE

2. Inhoudsopgave
3. Inleiding
4. Ruby Mus
5. Onze groep
6. Doelgroep
7. Web trends
8. Huisstijl
9. Social media trends
10. Producten
11. Prototypes
12. Conclusie
13. Planning
14. Bronnen

## INLEIDING

In dit document kun je al onze onderzoeken naar de trends van 2021 vinden. Zo hebben we gekeken naar de doelgroep van Ruby Mus, de trends in logo's, typografie en wat voor gevoel kleuren of vormen doen laten opkomen bij de mens.

Daarnaast hebben we ook gekeken naar de websites van artiesten die in de buurt komen van Ruby Mus qua genre en interesse.

Hetzelfde hebben we gedaan voor verschillende sociale mediapagina's van deze artiesten. We hebben hiernaar gekeken en ons zelf afgevraagd hoe we de manier van branding toe kunnen passen op de sociale media van Ruby Mus.

Naast alle trends van komend jaar geven wij ook nog een overzicht van de producten die wij aan Ruby Mus aan willen bieden, bij de producten staat een uitleg waarom wij denken dat dit haar gaat helpen.

# WIE IS RUBY MUS.

## Wie is Ruby Mus

Ruby Mus is een opkomende artiest / singer-songwriter aan de rockacademie in Tilburg en haar echte naam is Mirthe Robijns. Ze wordt gedreven door artiesten zoals Sigrid, Bruno Mars, Alicia Keys, Mura Masa, Nao en Pip Millet. Met haarmuziek wil ze mensen laten weten dat het normaal is om in conflict te zijn met wie je bent en het waarderen van jezelf, en daarvoor uit te komen. Het is voor haar een manier om om te gaan met wie ze is.

## Haar muziek stijl

Haar muziekstijl bestaat vooral uit R&B en soul music met het gebruik van elektronische soundscapes. Je emotie en gevoelens uiten met woorden en dans is voor haar de perfecte vorm om haar zelf te uiten. Samen met dans en haar muziek wil ze laten zien dat het normaal is om in conflict te zijn met je zelf. De lyrics van haar muziek gaan vooral over obstakels die je tegen komt in je leven en hoe ze er mee is om gegaan.

## Haar achtergrond

Ze komt uit Kerkrade en toen ze 9 jaar was begon ze met zangles. Ook heeft ze 2 jaar piano gespeeld, en ze danst ook al 10 jaar. Ze wil dans dan ook graag in haar optreden brengen als haar unieke stel. Ook is ze geïnteresseerd in vele stijlen muziek: blues, folk, country, edm, techno, rap, hiphop, rock, soul, pop en RnB.

## Laten weten dat ze bestaat

Als artiest wil je natuurlijk bekend zijn en dat mensen naar je muziek luisteren. En hiervoor komen wij in beeld. Ruby heeft ons gevraagd of wij als groepje haar kunnen helpen met haar identiteit op het internet een start opzetten voor haar als artiest, en haar online bekend maken.



# MEET THE TEAM

## **Jaap**

---

Heeft voor de rol “Scrum-master” gekozen, dit wil zeggen dat hij het trello board onderhoudt. Verder gaat hij zich verdiepen in het onderzoeken van mediatrends en het designen van de producten, ook zorgt hij voor veel feedback in de groep.

## **Thom**

---

Heeft de rol “contact-persoon”, als contact-persoon communiceert hij met de opdrachtgever. Verder werkt hij mee aan het developen en het designen.

## **Rens**

---

Heeft als rol “Product owner”, als product owner zorgt rens ervoor dat iedereen in de groep weet wat hij moet doen. Ook werkt hij aan het onderzoeken, developen en designen.

## **Umair**

---

Gaat zich vooral bezighouden met het designen en developen van de producten die wij willen gaan maken voor Ruby Mus.

## **Twan**

---

Zijn takel liggen ook bij het designen en developen van onze producten.

# DOEL

## DOELGROEP BESCHRIJVING

De doelgroep die wij willen aanspreken zal vooral bestaan uit jongeren rond de 20 jaar oud. Dit komt vooral omdat Ruby teksten schrijft over onderwerpen zoals self-empowerment, dit spreekt deze leeftijds groep aan.

De afkomst van onze doelgroep zal vooral nederlands zijn, maar omdat Ruby haar tekst in het engels schrijft kunnen we rekening houden met een mogelijke internationale fanbase. De doelgroep zal vooral houden van de muziekstijlen R&B en pop dit is waar de muziek van Ruby het meest op lijkt.



» Leeftijd: 20 jaar oud

» Leeftijd: 24 jaar oud

» Muziekstijl: R&B/pop

» Muziekstijl: R&B

» Afkomst: Nederland

» Afkomst: nederland

» Hobby's: Sporten en uitgaan

» Hobby's: Voetbal en muziek luisteren

» Student

» Werkt bij een bedrijf

## SOCIAL MEDIA GEBRUIK

De jongere doelgroep maakt primair gebruik van social media platformen zoals Facebook, Instagram, Snapchat en YouTube. Ze maken ook gebruik van Netflix of Amazon Prime voor series en films.

Op het gebied van nieuws maken ze gebruik van de telegraaf of Nu.

Ook zullen mensen die zich meer bevinden in de muziek gebruik maken van soundcloud, spotify, deezer, vimeo en tiktok.

Zie hoofdstuk Sociale mediatrends.

## GESLACHT

Het geslacht van de doelgroep verscheelt veel onder de luisteraars. Dit hangt af van de artiest of de songtekst die de artiest maakt.

# GROEP

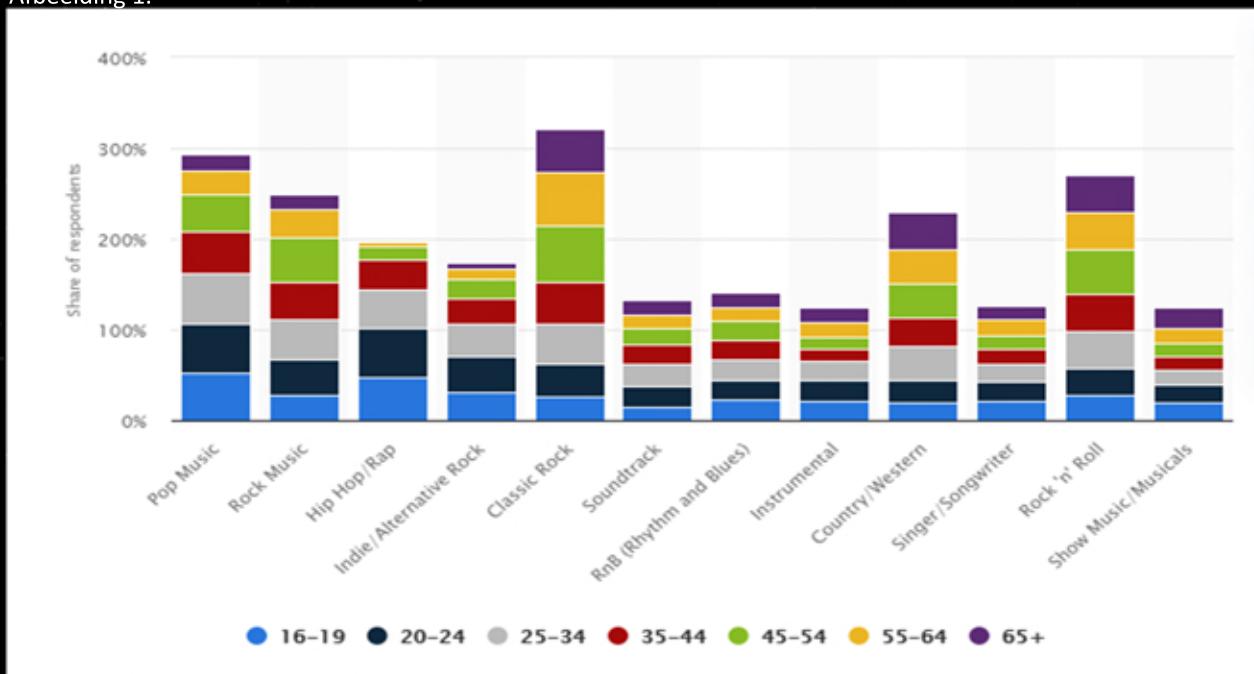
## LEEFTiJDS CATEGORiE

Onze doelgroep bestaat uit verschillende leeftijden, de meeste luisteraars zullen rond de 20 jaar oud zijn maar er zullen ook ouderen zijn die zich kunnen vinden in de muziek die Ruby maakt. Dit maakt het lastig om een vaste leeftijd aan de doelgroep te hangen.

Om een beter beeld te schetsen bij de leeftijden bij verschillende genres zie afbeelding 1.

Uit de afbeelding blijkt dat bij pop vooral mensen tussen de 16 en 30 naar deze stijl luisteren, bij R&B blijkt dat het heel divers is maar daar blijft een kleine meerderheid te zijn van mensen tussen de 16 en 30 jaar.

Afbeelding 1.



Bron : <https://www.statista.com/statistics/253915/favorite-music-genres-in-the-us/>.

# DOELGROEP

## AFKOMST

De afkomst van de muziek genre R&B is Afro-Amerikaans.

Hieruit kunnen we vaststellen dat mensen met een Afro-amerikaanse achtergrond zich sneller aangesproken voelen om deze muziek te beluisteren.

Dit neemt niet weg van het feit dat er steeds meer jongeren van andere afkomsten naar deze muziekstijl luisteren.



## CONCLUSIE

De doelgroep die wij willen aanspreken bestaat vooral uit jongeren en zal daarom op een bepaalde manier moeten worden aangesproken, dit om een beeld te bieden wat blijft hangen en waar de doelgroep zich sneller aangetrokken voelt.

Om dit te kunnen moeten we gebruik maken van beelden waar jongeren interesse in hebben.

Dit betekent vooral dat we gebruik moeten maken van nieuwe platformen en onderzoek moeten doen of deze platformen de juiste muziekstijlen weerspiegelen.

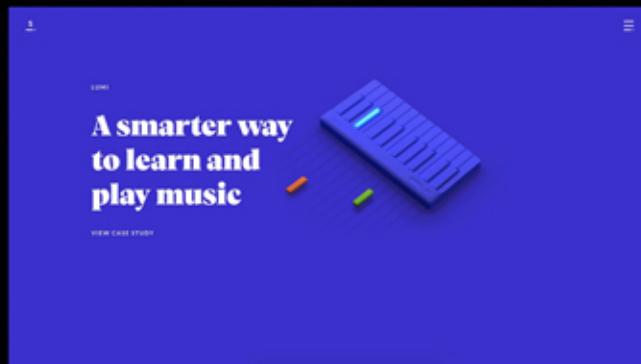
Het gebruik maken van eigen beeldmateriaal die op een speciale eigen wijze overgebracht wordt kan hierbij een rol spelen. Dit zou betekenen dat we gaan kijken naar mysterieuze foto's en hoe wij deze aantrekkelijk kunnen maken maar dit alles wel in de stijl die Ruby eigen en uniek maakt.

Wij willen ervoor zorgen dat er een grotere doelgroep gaat luisteren naar de muziek van Ruby Mus!

# WEBSITE TRENDS

Er zijn veel verschillende soorten websites die er allemaal anders uitzien. De ene is minimalistisch, de ander juist niet. Vaak kun je aan een website zien of hij recent is gemaakt of al wat gedateerd is. Er zijn dan een aantal design trends van vroeger te herkennen. Wij willen met de website voor onze opdrachtgever gebruik maken van de huidige design trends op het gebied van webdesign, maar op aanvraag van haar zullen we dit ook combineren met een aantal “mysterieuze” stijlen en elementen op de website. Deze komen ten slotte weer helemaal terug in de trends voor 2021. Kijk maar mee.

## TRENDS ANNO 2021

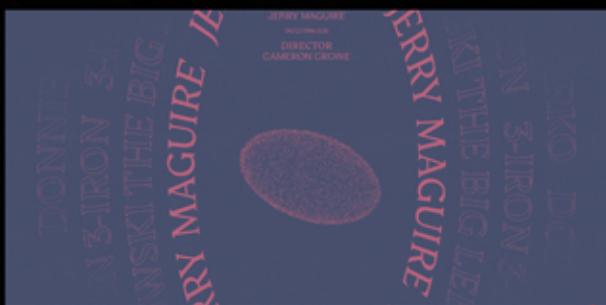


Met de komst van schermen met een hogere resolutie hebben 3D-ontwerpen een lange weg afgelegd van de blokkerige en afgeschuinde randen van Geocities. We hebben hoogwaardige 3D-beelden gezien die naadloos in webontwerpen zijn verweven. In plaats van felle afleidingen te zijn, dragen ze bij aan de algehele gebruikerservaring.

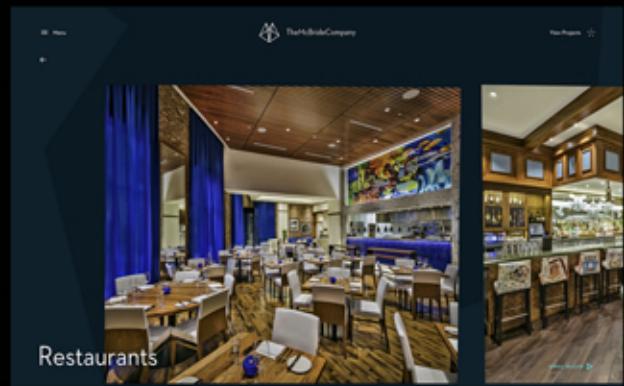
We hebben gezien dat veel oude dingen weer cool worden, en dan op hun beurt oncooler worden. Retro-lettertypen hebben dezelfde eb en vloed ervaring in hun populariteit, en veel ontwerpen met een vintage typografie zijn niet goed verouderd. De throwback-typografie heeft echter een beetje een opleving doorgemaakt. We zien niet dezelfde vermoede lettertypen. Stilering en een beetje kunstenaarschap herontdekken wat retro-lettertypen kunnen zijn.



Parallax-scorleffecten zijn al jaren een trend in het ontwerpen van websites en in 2021 hopen we subtielere en creatievere verkenningen te zien van wat kan worden bereikt met parallax. Onthoud dat te veel beweging bij parallax-effecten schadelijk kan zijn voor mensen met vestibulaire aandoeningen, omdat de illusie van diepte en beweging desoriëntatie en duizeligheid kan veroorzaken.



Rasters en platte blokken met effen kleur kunnen de persoonlijkheid echt uit een webontwerp halen. Korrelige texturen kunnen ze een natuurlijker gevoel geven. We zien de schoonheid van korreligheid in deze website voor Studio Gusto. Het maakt gebruik van lo-fi-ontwerpelementen voor een ruwere gebruikerservaring die natuurlijker aanvoelt dan de gelikte perfectie die gebruikelijk is in veel webontwerpen.



We hebben gezien dat veel oude dingen weer cool worden, en dan op hun beurt nog oncooler worden. Retro-lettertypen hebben dezelfde eb en vloed ervaring in hun populariteit, en veel ontwerpen met vintage typografie zijn niet goed verouderd. De throwback-typografie heeft echter een beetje een opleving doorgebracht. We zien niet dezelfde vermoede lettertypen. Stilering en een beetje kunstenaarschap herontdekken wat retro-lettertypen kunnen zijn.



Magic Theatre Studio, gebruikt een licht kleurenpalet, samen met donkere blokken groen, wat zorgt voor een duidelijk contrast tussen delen van dit webontwerp. Deze gedempte kleuren vormen de perfecte achtergrond voor de met de hand getekende gestileerde tekst en illustraties. Op de achtergrond is er een licht korrel effect die bijna niet waarneembaar is, en een subtiële vervorming van de lichte en donkere achtergronden, waardoor het ontwerp heel levendig aanvoelt.



We hebben uiteindelijk gekozen voor een rode neon-achtige stijl meteen duistere achtergrond, we hebben hiervoor gekozen omdat wij vinden dat ruby mus iets mysterieus uitstraalt, ook is het willen wij met een mysterieuze website de gebruikers nieuwsgierig maken zodat ze zich meer gaan verdiepen in ruby mus. de reden dat we rode neon lichten hebben gekozen is omdat ruby, robyn betekent in het engels en omdat ze zelf al vermelde dat rood haar favoriete kleur is omdat het kan staan voor liefde of haat.



# HUISTIJL

## UITSTRALING

Een huisstijl moet een bepaald gevoel uitstralen, maar een huisstijl moet ook passen bij de persoon die deze huisstijl aan houdt. Met een eigen huisstijl creeer je een identiteit voor je zelf

### Waar moet een huisstijl uit bestaan?

- » Beeld- en/of woordmerk (logo)
- » Kleur
- » Vorm
- » Typografie

## LOGO DESIGN TRENDS 2021

**Stained glass.** Door je afbeelding te verdelen in scherven/kozijnen geef je een normale foto een abstracte look.

**Perspective drawing.** Doormiddel van eenvoud en helderheid is het mogelijk om de complexe identiteit van een merk effectief overbrengen naar de kijker.<sup>2</sup>

**Simplistic geometry.** Sterk gesimplificeerde logo's, gemaakt van basisvormen gecombineerd met een unieke kleurcode of kleurenschema laten de gedachte achter het logo zien zonder dat het te druk wordt

**Divergent letters.** Door de merknaam in het middelpunt van het logo te maken onthoud je deze gemakkelijker.<sup>3</sup>

**Static motion.** Het laten lijken alsof er beweging zit in logo's

**Authentic portraiture.** Mensen gaan uit nature op zoek naar andere gezichten, hoe authentieker en herkenbaarder de gezichten in het logo zijn, hoe beter je het logo blijft onthouden.

**Pristine symmetry.** Symmetrische logo's zijn identiek aan elke kant als ze doormidden worden gedeeld.

**Kooky characters.** Meestal geïllustreerde logo's die geestige, bizarre, concepten presenteren.

**Modernized symbolism.** In deze stijl worden oude symbolen, goden/godinnen, hiëroglieven en pictogrammen gebruikt.

**Analogous color schemes.** Analoge kleurschema's, hiermee worden kleuren bedoeld die tegen over elkaar liggen in een kleuren schema.

## RUBY MUS

Qua logo gaan wij letten op perspectief en op afwijkende type logos. Zo past het perspectief bij hoe we onze typografie aan willen pakken. En wat betreft afwijkende stijl willen we misschien iets met een neon lamp animatie gaan doen. Waarbij de lamp uit kan gaan met een tauwtje die dan terug komt in het logo.



# HUISTIJL

## KLEUREN

Met kleuren kun je een bepaald gevoel aangeven. Vaak associëren we bepaalde kleuren met een positief gevoel. Zo bestaan er voor een aantal kleuren de volgende gevoelens.

**Blauw:** Vertrouwen en Helderheid

**Rood:** Warmte en Kracht

**Oranje:** Vrolijk en Veilig

**Geel:** Creatief en Licht

**Groen:** Natuur en Gezond

**Roze:** Liefde en Zorg

**Paars:** Kwaliteit en Luxe

**Bruin:** Aards en Gewichtig

**Grijs:** Elegant en Neutraal

**Zwart:** Mysterieus en Chique

Voor iedere positieve associatie zijn net zoveel negatieve associaties te verzinnen. Zo is de kleur rood in dit bestand omschreven als ‘warm’ en ‘krachtig’, maar we associëren het ook met ‘gevaar’ en ‘agressie’.

## RUBY MUS

Ruby heeft zelf aangegeven dat ze de kleur rood haar kleur wil maken als het gaat om stijl en looks.

Wij gaan ook met de kleur rood in zee omdat het past bij het gevoel dat Ruby Mus wilt uitstralen. Ze wil namelijk acceptatie en self-empowerment uitstralen. De kleur rood staat voor kracht en passie en nog veel meer gevoelens.

Naast rood willen we ook zwart gebruiken, dit omdat dit een mysterieus gevoel af geeft. Ook kun je zwart als een kleur van kracht zien.

## VORMEN

Ook vormen kunnen een bepaald gevoel bij mensen opbrengen. Je kan spelen met vormen in je huisstijl om zo de gewilde gevoelens naar boven te brengen bij een persoon.

**Algemeen:**

**Symmetrisch/geometrisch:** Organisatie en Stabiliteit

**Organisch:** Plezier, Comfort, Interesse en Spontaniteit

**Abstract:** Letterlijke interpretaties van ideeën of richting

**Ronde vormen:**

**Cirkels:** Gemeenschap, Vriendschap, Liefde, eenheid en Bescherming

**Bogen:** Vrouwelijk, Beweging, Blijdschap, Ritme en Plezier

**Spiralen:** Creativiteit, Groei en Evolutie

**Rechte vormen en hoeken:**

**Rechthoeken:** Vertrouwen, Orde, Vrede, Eenheid en Stevigheid

**Driehoeken:** Macht, Wetenschap, Religie, Recht, Sterk, Doel en Energiek. Staat de driehoek op zijn punt? Dat betekent instabiliteit.

**Verticale lijnen:** Sterk, Agressie, Moed en Macht  
**Horizontale lijnen:** Gemeenschap, Rust en Kalmte

Naast de kleuren die we aangegeven hebben te gebruiken willen we ronde vormen gaan gebruiken voor de huisstijl van bijvoorbeeld de website en wellicht het logo. Deze keuze hebben we gemaakt omdat de ronde vormen het beste passen bij de beweging die Ruby Mus over wilt brengen.

# HUISTIJL

## TYPOGRAPHY TRENDS 2021

**Svelte Serif Fonts.** Deze typografie combineert traditionele serif met een modelachtige, luchtige look. Meer nog, het geeft lezers wat ruimte. Het is niet druk, het is open en uitnodigend.<sup>2</sup>

**Outline Fonts.** Outline fonts vragen om transparantie. In plaats van een boodschap te verzwakken, laten contourlettertypes wat ruimte voor jou om de lege plekken in te vullen.

**Evolved Brutalist.** Brutalistische stijl is een combinatie van toegankelijk en militair. Deze ontwikkelde versie is een beetje zachter en vriendelijker. Met zware tonen van mannelijkheid, wordt het vaak gecombineerd met warme natuurlijke, organische tinten.

**Text Layering with Other Elements.** Of het nu gaat om een eenvoudig object of een boeiende foto die je naar binnen doet springen, de kunst is de plaatsing van de tekst. Het is zowel innemend als stimulerend, een mixed-media schat.<sup>3</sup>

**Text-Image Blending.** Tekstlagen mogen dan een oude collagetruc zijn, het mengen van tekst en afbeeldingen is de moderne variant. Soms wordt omliggende tekst gebruikt op een manier waarbij de woorden direct in de beelden worden gegraveerd. Beeld en tekst staan niet los van elkaar, ze zijn van elkaar afhankelijk.

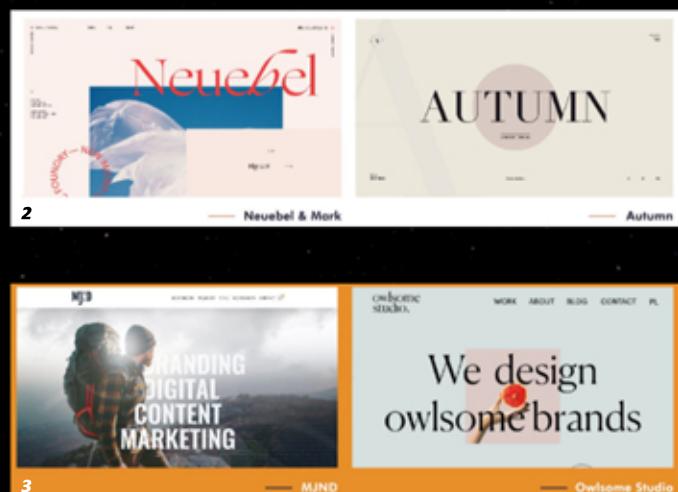
**New Psychedelic.** Expressief, kleurrijk en vol vrijgevochten plezier, de nieuwe psychedelische typografie trend leunt op dat iconische regenboog kleurenschema gecombineerd met een frisse maar serieuze type.

**Bold Modern Serif Fonts.** Een serif lettertype op zich is clean en casual, maar maak het vet en groots om echt een statement te maken. Met een vet modern serif lettertype zijn eenvoudige tweekleurige contrasten alles wat je nodig hebt om deze agressieve oversized trend te combineren.

**Cyberpunk & Vaporwave.** Je ziet vaker dat trends van vroeger nu terugkomen op een nieuwe manier, zo ook deze 80s trend van vroeger.

## RUBY MUS

De stijlen in typografie die we willen gaan gebruiken zullen "Svelte Serif Fonts" en "Text Layering with Other Elements". Wellicht dat we meerdere stijlen combineren. Wij vinden dat het luchtige van Svelte Serif er doorheen moet komen zodat het niet te duister wordt. Door de Text Layering te gebruiken kunnen we sommige elementen er wat meer uit laten springen.



# SOCIALE - MEDIA TRENDS.

We hebben er allemaal wel eens over nagedacht hoe het is om bekend te zijn. Niet perse als acteur of muzikant, maar bijv. op instagram. Veel likes, comments en volgers. Er zijn een hoop verschillende soorten platformen waar dit gebeurt. Denk aan spotify voor muziek, tiktok of facebook. hier bij komt veel bij kijken en moet je veel tijd insteken. Er zijn een hoop dingen die je kunt doen om meer bekendheid te krijgen op social media. En in dit onderzoek gaan wij daar verder op in.

## Waarom sociale media.

Een sociaal mediakanal kan de hoeveelheid mensen die luistert naar Ruby haar muziek en haar invloed op de muziekstijl beïnvloeden. Hierdoor kan Ruby haar fanbase uitbreiden en fans direct op de hoogte houden van haar dagelijks leven.

## Social networks.

We gaan 3 media platforms bespreken. De eerste type sociale media platform waar we het gaan over hebben is social networks. Voorbeelden hiervan

- » Twitter
- » Facebook
- » LinkedIn

In deze afbeelding zie je dat vooral snapchat youtube en instagram populair zijn bij mensen tot 19 jaar. Tussen de 20 en 39 zijn linkedin en facebook ook erg populair.

Sociale netwerken hebben een aantal voordelen voor een merk of persoon

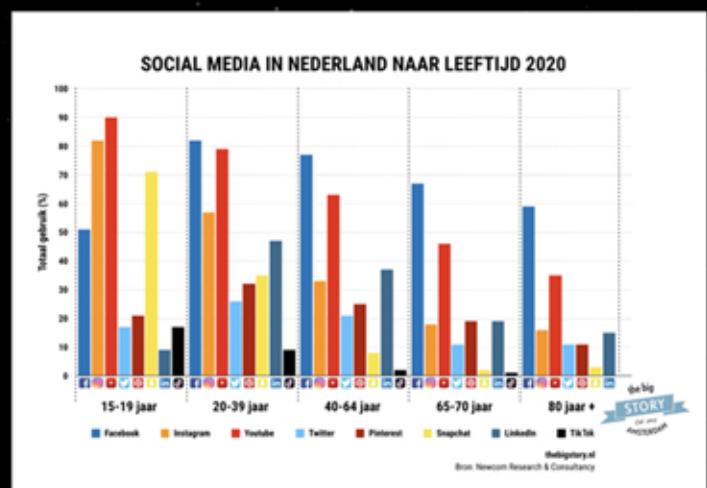
- » Ze moedigen je aan actief te zijn
- » Een deel van alle platformen die in deze catagorie vallen hebben een functie om te adverteren. Ze hebben slimme algoritmen om je te helpen de juiste mensen te bereiken / vinden.

## Sharing networks.

De tweede categorie valt onder de media sharing netwerk. zoals:

- » Youtube
- » Instagram
- » snapchat
- » tiktok

Deze netwerken gebruiken we om visuele elementen reclame of ander vormen hiervan te verspreiden. Ze helpen je ook met het opbouwen van een fanbase en je online identiteit. En dit vaak door advertenties. En hier vind ook vaker jongere mensen.



## Inspiratie netwerken.

De laatste vorm van netwerken waar we het over gaan hebben zijn de inspiratie platformen zoals Pinterest en Dribbble. hier kun je een hoop fotos vinden die je kunt opslaan en kunt gebruiken voor inspiratie of mensen meer te weten laten komen over je bedrijf of merk.

## Fans vermaken

Een belangrijk deel voor social media influencers zijn fans. Fans zorgens er voor dat je bekend bent en support krijgt. Dit kun je doen door je fans content te geven. Dit geldt vooral voor sharing networks als Instagram, Youtube en Tiktok. Het belangrijkste hiervan is dat je je content afwisselt en niet alleen dezelfde soort content post. Je moet er voor zorgen dat je uniek bent en hiermee fans aantrekt.

## Waarom uniek zijn

Je moet uniek zijn. Dit geld voor alle soorten social media. Wanneer je iets unieks hebt om te delen met je volgers kun je bekendheid opbouwen. Ook kun je een relatie opbouwen met je fans. Als je kijkt naar andere influencers op social media merk je dat iedereen zijn eigen unieke ding heeft waar mensen hem van kennen of houden. Daarom is het belangrijk dat wij voor onze klant iets unieks neer zetten waarmee zij haar instagram kan onderhouden

## Weet wat je doet

Het is belangrijk dat je uniek bent en er voor zorgt dat je je fans vermaakt, maar daarvoor heb je natuurlijk wel iets nodig om te kunnen posten. Als het wordt influencer al zegt beïnvloed je mensen en wil je je doelgroep dingen meegeven waar ze iets aan hebben en bijvoorbeeld geen gekke dingen gaan doen door jou. Ook is het belangrijk dat je video's op snapchat, youtube en tiktok er professioneel uitzien. Daarom moeten wij als opdrachtgever manieren bedenken om iets unieks neertezetten en er voor zorgen dat het er professioneel uitziet

## Werk samen

Als artiest is het belangrijk om samen te werken met anderen artiesten en merken om elkaar te promoten. Hierdoor help je elkaar met het verbreden van de je doelgroep / fans. Ook kun je sponsoren trekken. En dit helpt ook weer met het bouwen van bekendheid en zorgt er ook nog eens voor dat je gratis producten kunt gebruiken.



## Laat jezelf horen

Laat iets van jezelf horen. Like comments, reageer op comments van je volgers, luister naar ze en zorg dat je ze als fans behoudt. Het is niet alleen belangrijk om nieuwe volgers erbij te krijgen, je moet er ook voor zorgen dat je je volgers behoudt. Want als je dat niet doet, word je eigenlijk alleen maar onbekender.

## Concerten

Als startende artiest is het moeilijk om publiek te trekken of op een concert te mogen optreden. Je kunt om te beginnen als undercard voor een grotere artiest op te treden. Hiermee laat je het publiek muziek horen waar ze misschien niet voor gekomen zijn, maar toch leuk vonden. Zo heeft je muziek meer bereik en wellicht krijg je er misschien ook nog fans bij.

## Blijf consequent

Als influencer of artiest is het belangrijk om consistent te zijn. Zodat je volgers weten wat ze van je kunnen verwachten. Het is belangrijk om niet te lang te wachten met het posten van content op bijvoorbeeld Instagram. Zorg dat je een schema maakt waarin staat wanneer je content plaatst.

## Streamen van muziek

Tegenwoordig is streamen een van de grootste vormen van muziek luisteren in de wereld, en is ook een belangrijke vorm voor artiesten om bekendheid op te bouwen. Dit gebeurt op streaming services zoals SoundCloud, Spotify en Apple Music. Door je muziek op deze platformen te publiceren is het makkelijker voor mensen om een artiest te vinden, de artiest te volgen, haar muziek te luisteren en in je playlist te plaatsen. Ook maakt Spotify gebruik van playlists in verschillende stijlen. Zij maken elke dag playlists aan in andere stijlen die door veel mensen worden geluisterd, en hier kun je ook in voor komen.

In die streaming platformen kun je ook je muziek delen. Met delen van playlists of nummers van artiesten kun je een groter publiek trekken. Je kunt bijv. op Instagram of Twitter een link zetten naar een playlist of album en zo fans trekken. Als opkomende artiest is het belangrijk om op streaming services muziek te blijven plaatsen. Zo blijven fans terug komen en zal het aantal luisteraars toenemen. Dat zorgt ervoor dat het bereik van je muziek toeneemt. En dat er meer fans worden aangetrokken.



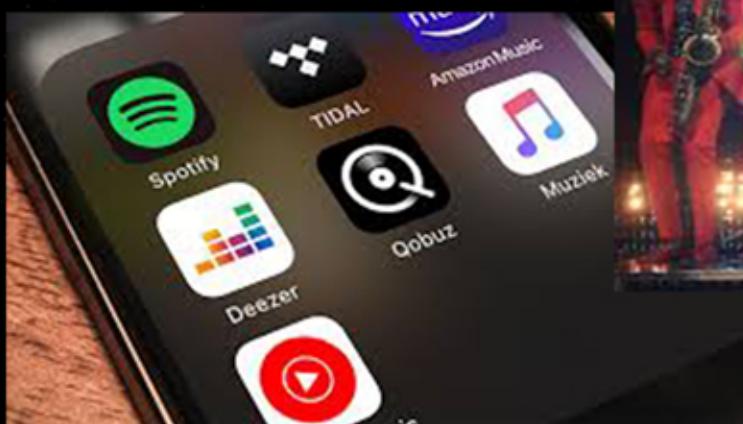
## Reclame

Reclame is een belangrijke vorm om naamsbekendheid te genereren. Er zijn vele soorten reclame. Daarin is de doelgroep die je aanspreekt belangrijk. Als je doelgroep rond de 20 jaar zit moet je er voor zorgen dat je met het thema van de reclame of poster niet te retro gaat denken en er voor zorgt dat het jongere mensen aantrekt. Ook de plaatsing van de poster doet er toe. Je moet de poster niet bij een bejaarde huis ophangen als je doelgroep twintig jaar is. Een app als instagram is daarintegen wel een goede vorm van reclame.



## Conclusie

In dit onderzoek hebben we onderzocht hoe wij als opdracht gever voor iemand bekendheid kunnen opbouwen. Via verschillende soorten media. De dingen waar je vooral op moet letten zijn: wees uniek, weet wat je doet en blijf consequent.



# PRODUCTEN

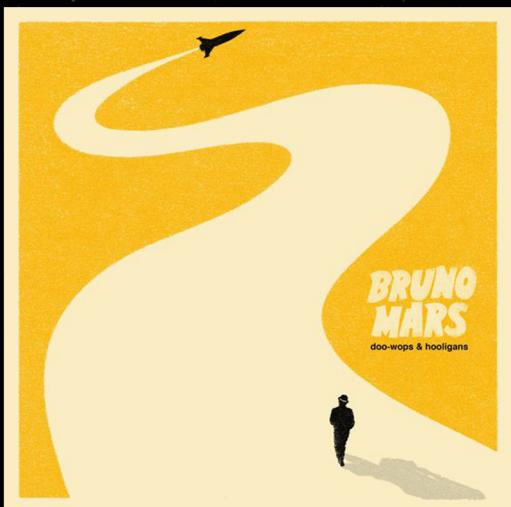
## WEBSITE

Wij raden aan een website te nemen die aansluit op de stijl van Ruby mus. Door de website te bezoeken kunnen mensen meer te weten komen over wie Ruby mus is en wat haar doel is. Ze kunnen via de website naar haar social media accounts gaan om haar zo op meerdere platformen te volgen. Ook kunnen ze de muziek luisteren en zien waar Ruby gaat optreden.

- » Home pagina
- » Tour/Optreden pagina
- » Nieuws pagina
- » Muziek (Video) pagina

## DESIGN

Wij willen duidelijk maken hoe belangrijk het is om een duidelijk design te gebruiken, dit vooral omdat het design ervoor kan zorgen dat een website bij iemand blijft hangen of dat dit een flop wordt. Wij willen dan ook zorgen dat de huisstijl die bij Ruby past terug komt in elk deelproduct. Dit zorgt voor een stuk herkenning.



## BRANDING

Om uit te leggen wat wij voor branding kunnen betekenen is het handig om een aantal voorbeelden te geven.

Wij zien namelijk dat andere artiesten vaak een eigen stijl aanhouden online maar ook offline.

Dit kunnen wij meegeven aan Ruby en hier een plan voor maken.

Dit kan ervoor zorgen dat Ruby zich meer bewust wordt van haar eigen branding, waardoor ze minder snel in de problemen komt.

Ook bieden wij aan logo's te maken en een online huisstijl aan te bieden, Ruby kan hier gebruik van maken om haar online persoonlijkheid nog beter over te dragen naar haar fans.

Wij willen gaan kijken naar een EP album cover voor Ruby, hier willen wij doormiddel van een mogelijke fotoshoot sessie afbeeldingen voor creeren. Deze gaan wij dan bewerken tot een huisstijl passend EP cover. Hier kunnen we dan in overleg een passend product leveren.

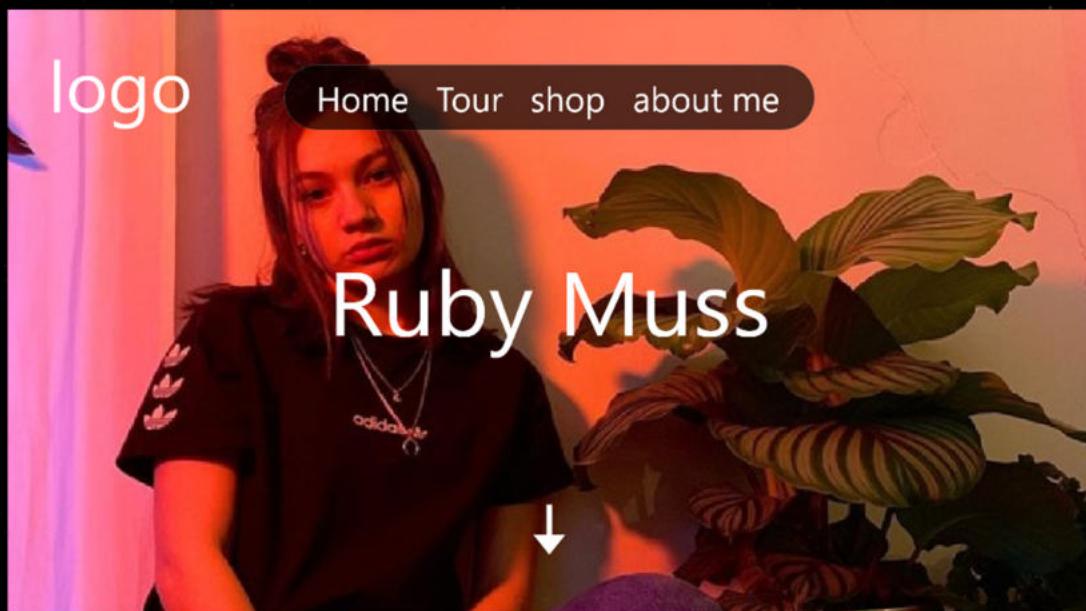
Branding Producten :

- » Logo's
- » Album Cover
- » Fotoshoot
- » Social media hulp
- » Muziek (Video/clip)
- » Style Guide

# PROTOTYPES

Hieronder worden een aantal pagina's omschreven aan de hand van wireframes. Dit is echter een voorstel en uiteraard kunnen hier aanpassingen op gedaan worden. Er wordt vanuit gegaan dat dit een iteratief proces is, tot op een zekere hoogte, wanneer er een definitief format gekozen dient te worden.

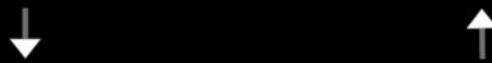
## HOME PAGINA



---

this is (logo) ruby muss

---



Live demo:

<https://xd.adobe.com/view/b6bfc331-36a5-4025-b753-3ef6af5faf66-e3ec/screen/6be69ff4-96a7-4417-8112-63d865b5e272/>

# PROTOTYPES

## TOUR

A mobile-style interface for a tour. At the top, there's a navigation bar with a "logo" icon and a menu containing "Home", "Tour", "shop", and "about me". Below the menu, the title "foto ruby muss tour" is displayed in large, bold, white font. A small downward arrow is centered below the title. The main content area lists three tour stops: "pinkpop", "bospop", and "intents", each followed by a "plaats" label and a red "ticket" button. At the bottom of this section are two small arrows, one pointing down and one pointing up.

logo

Home Tour shop about me

foto ruby muss tour

↓

pinkpop      plaats      ticket

bospop      plaats      ticket

intents      plaats      ticket

↓                  ↑

## SHOP

A mobile-style interface for a shop. It features a navigation bar with a "logo" icon and a menu with "Home", "Tour", "shop", and "about me" options. The main content area displays a grid of nine white rectangular cards, each labeled "foto". The grid is organized into three rows and three columns. At the bottom of the screen are two small arrows, one pointing down and one pointing up.

logo

Home Tour shop about me

foto      foto      foto

foto      foto      foto

foto      foto      foto

↓                  ↑

# PROTOTYPES

## ABOUT RUBY MUS

logo

Home Tour shop about me

Get in touch with me

Email



xnort



# CONCLUSIE

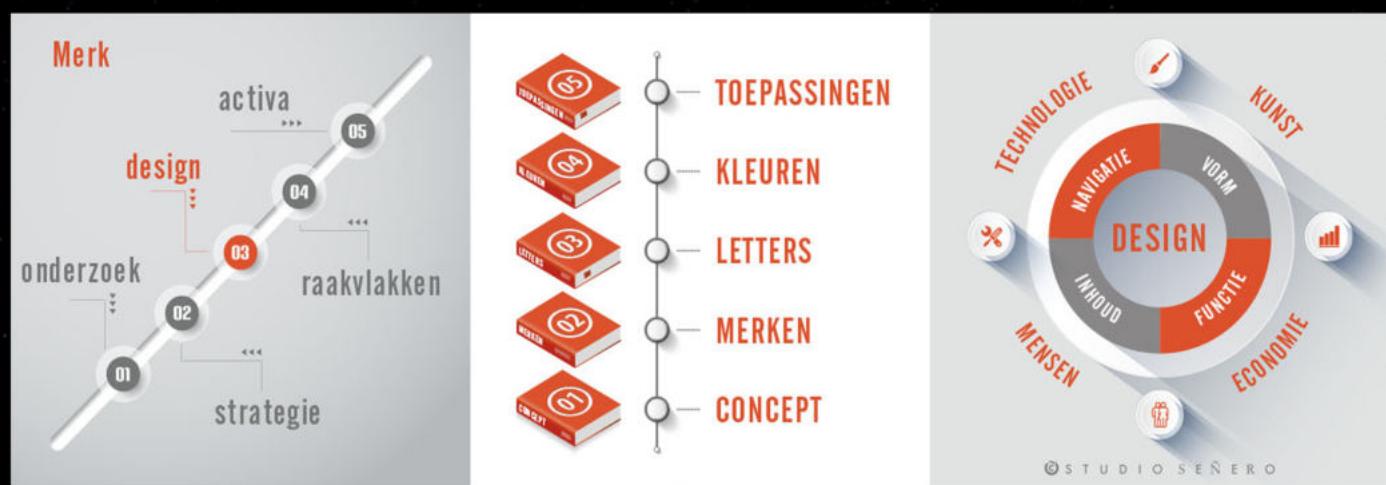
In dit concluderende hoofdstuk wordt er antwoord gegeven op de hoofdvraag van deze scriptie:  
Hoe bepaal je de huisstijl?

Meestal wordt hiermee de visuele huisstijl bedoeld: logo en drukwerk, vaak uitgebreid met belettering op auto's en gevels. Huisstijl wordt ook wel breder opgevat als het hele uiterlijk van de organisatie: het hele gebouw en alle vestigingen, winkels etc. Ook interieurs worden tot huisstijl gerekend in bredere zin. Met huisstijl kan zelfs het hele gedrag van de organisatie worden aangeduid: 'de stijl van het huis'. Het begrip Huisstijl in brede zin gaat op deze manier geleidelijk over in het begrip Corporate Identity.

## ANALYSE EN ONDERZOEK VAN DE HUISSTIJL

Je kan de huisstijl als volgt analyseren en onderzoeken:

1. Inventariseren hoe voor deze organisatie de Huisstijlelementen eruit zien.
2. Analyseer wat deze elementen uitstralen.
3. Onderzoeken wat deze elementen oproepen / betekenen voor de doelgroep. Dit kan je doen door de elementen te laten zien aan leden van de doelgroep en hen te vragen waaraan ze denken als ze dit zien, wat het oproept. (Dit onderzoek doe je als het probleem van de organisatie groot genoeg is om hier wat meer tijd in te investeren.)



<https://www.studiosenero.nl/aanbod/logo-en-huisstijl-re-design>

# PLANNING

Voor onze opdrachtgever is het natuurlijk niet duidelijk wat voor prototypes of interactieve media design wij gaan maken. Vandaar staat hier een korte planning van wat er gemaakt gaat worden en wie dat gaat doen.

## SPRiNT 0

### Concept Bedenken

- » Onderzoeken
- » Concepten logo's
- » Wireframes website
- » Concept huisstijl
- » Mediaverkenning
- » Team Charter

## SPRiNT 1

### Concept Uitwerken

- » Branding, logo, album cover
- » Interview met Ruby Mus
- » Website, design
- » Fotografie
- » Socialmedia concepten

## SPRiNT 2

### Realisatie

- » Album cover
- » Socialmedia uitwerken
- » Website
- » Poster
- » Visitekaartjes

## SPRiNT 3

### Afwerking & Feedback

- » Website, responsive, user testing
- » Feedback verwerken
- » Puntjes op de i zetten
- » Concept huisstijl
- » Eventueel merchandise

# BRONVERMELDING

## Doelgroep

<https://bamboemarketing.nl/5-stappenplan-doelgroep-analyse/>.  
<https://nico.nl/doelgroepanalyse>.  
<https://www.statista.com/statistics/253915/favorite-music-genres-in-the-us/>  
[https://uifaces.co/?provider\[\]](https://uifaces.co/?provider[])=11

## Huisstijl

**99designs Team, 10 creative logo design trends for 2021, geraadpleegd op 24 februari 2021**  
<https://99designs.nl/blog/trends/logo-design-trends/>

**Web Desk, Top 8 Typography Trends of 2021 (infographic), geraadpleegd op 4 maart 2021**  
<https://www.digitalinformationworld.com/2021/01/top-8-typography-trends-of-2021.html>

**Anja Jansen, Welke gevoelens roepen kleuren op?, geraadpleegd op 4 maart 2021**  
<https://www.bentopresentaties.nl/blog/welke-gevoelens-roepen-kleuren-op/>

**De psychologie achter kleuren, vormen en lettertypes, geraadpleegd op 4 maart 2021**  
<https://www.thedistrik.t.nl/nieuws/de-psychologie-achter-kleuren-vormen-en-lettertypes/>

## Website

<https://webflow.com/blog/web-design-trends-2021>

## Prototypes

[www.drakerelated.com/](http://www.drakerelated.com/)  
[www.slimenb.chrisbrownworld.com/](http://www.slimenb.chrisbrownworld.com/)  
[www.adele.com/](http://www.adele.com/)  
[www.aliciakeys.com/home/](http://www.aliciakeys.com/home/)

## Conclusie

Onderzoek en resultaat R&B Muziek door Universiteit van Amsterdam:  
<https://scripties.uba.uva.nl/download?fid=569054>