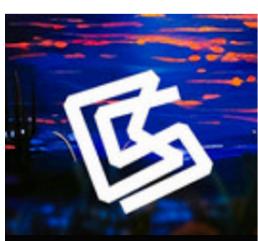


Project Branding

In dit project was het het doel om branding te maken en een content strategie voor een klant. Ik had met mijn groepje als klant Boris Schmidt, een melodische techno dj aan de Fontys Rockacademie.

Moodboard

Als eerste ging ik aan de slag met een moodboard. Hierin heb ik verschillende foto's en lettertypes van Boris verwerkt om een indruk te krijgen van wat hij leuk vindt. Dit maakt het later makkelijker om stylescapes en logo's te ontwikkelen.



Boris Schmidt

Boris Schmidt

Boris Schmidt

BS



Stylescape

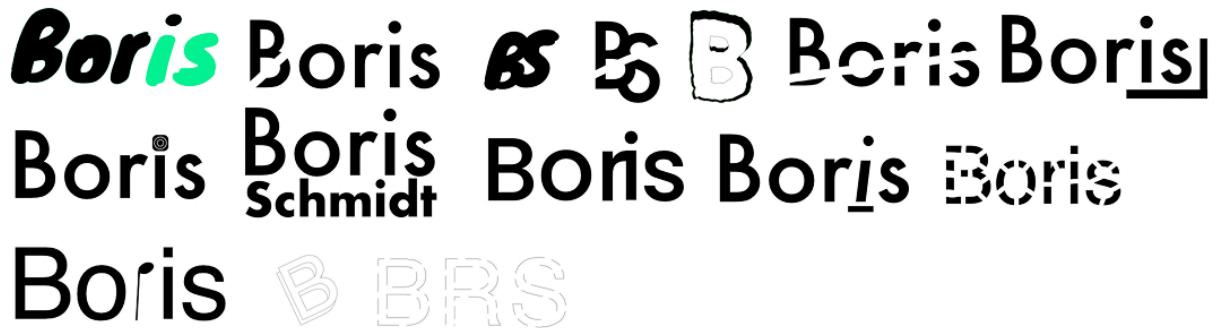
Na het maken van het moodboard ben ik aan de slag gegaan met verschillende stylescapes. Ik heb geprobeerd ze allemaal in een andere stijl en kleurenschema te ontwerpen, zodat Boris verschillende opties heeft om uit te kiezen. De stylescape die Boris kiest, wordt de basis voor zijn verdere branding. Van alle stylescapes die in ons groepje zijn gemaakt, is er één van mij gekozen (de eerste in de foto) om aan Boris te presenteren.



Logo's

Ik heb ook gewerkt aan het ontwerpen van logo's. Ons doel als groep was om drie verschillende logo's aan Boris te presenteren, zodat hij daaruit een keuze kon maken. Daarom hebben we allemaal zo veel mogelijk varianten ontworpen en vervolgens gestemd welke drie we zouden presenteren. Ik heb me vooral gericht op een woordmerkstijl, omdat ik

denk dat dit beter past bij een dj als Boris. Hieronder zijn de logo's te zien die ik heb gemaakt. Het vierde logo in de afbeelding is ook gekozen om aan Boris te presenteren.



Persona

Hierna heb ik gewerkt aan het maken van een persona, deze persona is een representatie van de doelgroep van Boris.



Lisa Verhoeven

27 jaar

Marketing Manager

Creatieve industrie / evenementenorganisatie

"Muziek is niet alleen geluid, het is een gevoel dat je meeneemt op reis."

Profiel

Lisa is een jonge professional met een passie voor elektronische muziek. Overdag werkt ze in de creatieve sector en 's avonds en in het weekend duikt ze graag in de wereld van festivals en clubs. Ze waardeert een goede balans tussen werk en vrije tijd en zoekt altijd naar nieuwe muziekervaringen.

Interesses

Melodic techno, progressive house en deep techno

Festivals zoals Awakenings, DGTL en Tomorrowland

Netwerken binnen de creatieve en muziekindustrie

Duurzaamheid en innovatie binnen evenementen

Uitdaging

Het vinden van kwalitatieve techno-evenementen zonder mainstream-overload

Balans tussen werk en sociale activiteiten

Het bijhouden van nieuwe releases en opkomende artiesten

Toegang krijgen tot exclusieve en intieme evenementen

Bezwaren

Oververzadiging van grote festivals en commerciële evenementen

Te veel focus op social media en minder op muziekbeleving

Hoge ticketprijzen en verborgen kosten

Moeite met het vinden van gelijkgestemde muziekliefhebbers

Mediagedrag

Actief op Instagram en TikTok voor het volgen van evenementen en artiesten

Luistert naar Spotify-playlists en SoundCloud voor nieuwe muziek

Volgt YouTube-kanalen en podcasts over elektronische muziek

Bezoekt online communities en fora zoals Resident Advisor en Reddit

Behoeftes

Exclusieve en authentieke muziekervaringen

Goede balans tussen grote festivals en kleinere intieme techno-events

Netwerk mogelijkheden binnen de muziek- en evenementenbranche

Kwalitatieve content en curatie van muziek en evenementen

Linktree design

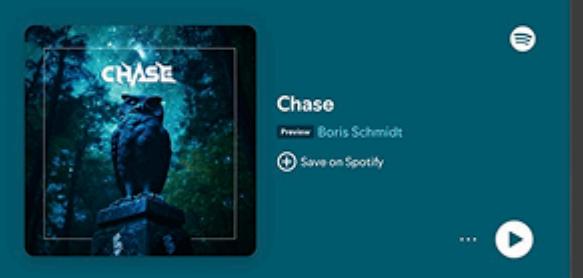
Boris vond het ook een goed idee om een eigen Linktree-achtige site te hebben met links naar al zijn platforms. Hij heeft op dit moment al een Linktree, maar het zou een upgrade zijn als deze wordt vormgegeven in de nieuwe stijl die mijn groep en ik in dit project hebben ontworpen. Daarom heb ik een design gemaakt waarin deze stijl is verwerkt.



Boris Schmidt



Laatste release



[Subconscious - YouTube](#)

[Bookings](#)

[Beatport](#)

Marketing strategie

Daarnaast heb ik nagedacht over verschillende marketingstrategieën en hoe deze ingezet kunnen worden. Hierbij heb ik gekeken naar de visuele stijl, de platforms waarop de content zou worden gedeeld en de manier waarop dit zou gebeuren. Een goed voorbeeld is dat Boris een samplepack heeft gerepost op SoundCloud van een andere artiest. Dit is goed ontvangen en heeft veel likes en reposts gekregen. Boris zou zelf ook een samplepack kunnen maken om zo meer bekendheid te genereren. Daarnaast worden op SoundCloud

vaak volledige dj-sets geplaatst. Dit zou een mooie manier zijn om mensen kennis te laten maken met zijn muziekstijl.

Marketing strategie ideeën

Branding

- **Visuele Stijl:** Strakke, donkere en futuristische visuals gecombineerd met natuurlijke elementen zoals bossen, bergen en water. Dit benadrukt de symbiose tussen technologie en natuur.
- **Verhaal:** De connectie tussen natuur en muziek staat centraal. De muziek weerspiegelt organische ritmes en omgevingsgeluiden.

Strategie

- **Instagram & TikTok:** Korte video's van optredens, studio-sessies en behind-the-scenes content met natuurlijke thema's. Op TikTok in Instagram Reels gaan tutorials ook best wel goed.
- **SoundCloud & Spotify:** Regelmatige uploads van eigen tracks en mixtapes (sample packs?). Opgenomen sets
- **Website/Linktree:** Centrale hub met links naar releases, optredens en contactinformatie. Inclusief een sectie over hoe natuur de muziek beïnvloedt.

Samples maken

De repost van Boris van deze sample is heel veel geluisterd, bekeken, geliked. Daarom denk ik dat dit soort sample packs ook deel kunnen maken van de marketing strategie.



Bronnen:

- SoundCloud Boris
- Spotify Boris