

# BRAND RESEARCH

# BRANDING CANVAS

Story 🕮			Symbols &			Strategy 🖺	
Name	Coffeelab	n Persona		Kelpt Sans I Helvetica Nu		Awareness	Instagram, Facebook
Positioning Statement	Oprechte wederzijdse betrokkenheid		Color Palette			Sale	Zwarte koffiekopjes of glazen Kaarten met teksten
Promise		Storyboard	Logo	COEFFERAB	COFFEELAB	Delivery	Vestigingen Coffeelab
⊕ Personality	Uniek Ontspannen Natuurlijk		Imagery			Post-Delivery	Gezellige/"relaxte" sfeer in de winkel

# INHOUD

08

01 VERHALL 03 SYMBOLEN 06 STRATEGIE BRONNEN

# VERHAL

### Positioneringsverklaring

Coffeelab heeft geen officieel statement. Wel is het volgende te vinden op hun website:

"Bij COFFEELAB gaat het om oprechte wederzijdse betrokkenheid.

Uiteraard vinden wij goede koffie heel erg belangrijk, maar uiteindelijk gaat het om een goed gevoel. Op plekken waar het van toegevoegde waarde kan zijn willen wij dit gevoel delen."

(COFFEELAB, 2020)



# VERHALL

### Persoonlijkheid

De persoonlijkheid van Coffeelabs wordt bepaald door hun missie, product en interacties met hun klanten. Om hier achter te komen heb ik op de website van Coffeelab en op hun Instagram gekeken. Ook heb ik gekeken wat klanten en recensenten zeiden over het merk.

### Uniek

Coffeelab omarmt wat het merk is, maar wilt wel dat elke vestiging in elke stad zijn eigen identiteit heeft. Het moet zich vormen naar de stad en de mensen die er wonen. (COFFEELAB, 2020)

### Ontspannen

Door de planten, het houten meubilair en natuurlijke kleuren die en in de vestigingen te vinden zijn probeert Coffeelab een ontspannen sfeer te creeëren. (KoffieCaartje, 2020)

### Natuurlijk

Coffeelab heeft met hun kleurgebruik en aanwezige planten in de vestigingen een erg moderne, maar natuurlijke uitstraling.

# SYMBOLEN

### #6E9A77 RGB[110,154,119]

### Kleurgebruik

Coffeelab maakt gebruik van slechts drie kleuren; een olijfgroen, zwart en off-white.

De kleuren zijn erg dof, en bieden daardoor een rustige, professionele uitstraling. In de koffiezaak kom je dan ook veel natuurlijke kleuren, hout meubilair en planten tegen om deze rustige sfeer te versterken.

(KoffieCaartje, 2020)

De kleuren die hier te zien zijn worden gebruikt in verschillende varianten van het logo, op de website of in social media posts.

(COFFEELAB, 2020)

#000000 RGB[0,0,0]

#F7F4E6 RGB[247,244,230]

# SYMBOLEN

### Typografie

Voor grote, duidelijke titels maakt Coffeelab gebruik van de tekst die ook terugkomt in het logo van het bedrijf; Kelpt Sans B1. Dit is een dik lettertype, dat vaak in hoofdletters wordt gebruikt.

Helvetica wordt gebruikt voor langere teksten, en alineatitels. Bij langere teksten wordt het font vaak in zijn normale vorm gebruikt. Bij titels wordt het lettertype vaak dikgedrukt gebruikt, in combinatie met hoofdletters.

### Kelpt Sans B1

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

### Helvetica Nue LT Pro

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

# SYMBOLEN

### Logo

Het logo van Coffeelab maakt gebruik van de algemene kleurstelling van het bedrijf. Beide logo's die door het bedrijf worden gebruikt, bestaan uit een kleurcombinatie van zwart en off-white. De olijfgroene kleur is alleen toegevoegd om het secundaire logo te demonstreren.

Het bovenste logo is het primaire logo van Coffeelab. Deze zul je dan ook het vaakst terugzien op hun producten of in hun vestigingen.

Het onderste logo wordt gebruikt op gekleurde of donkere achtegronden zodat het bedrijf nog steeds herkenbaar blijft.





# STRATEGIE

### Bewustzijn

Coffeelab maakt veel gebruik van social media om naamsbekendheid op te bouwen. Dit doen ze bijvoorbeeld door middel van het plaatsen van posts op Instagram of Facebook. Dit zijn dan vaak foto's van hun vestigingen, of grappige teksten met betrekking tot koffie of hun locaties. Vaak maken ze hierbij ook gebruik van jeugdige taal om jongeren of jongvolwasenen aan te spreken.

(COFFEELAB, 2020)

### Verkoop

Producten worden gereserveerd in zwarte koffiekopjes of in glazen afhankelijk van de bestelling. De medewerkers zijn gekleed in schorten.

(COFFEELAB, 2020)

Daarnaast zijn online ook producten te koop met verschillende teksten die Coffeelab op hun social media heeft geplaatst. Hiermee bouwen ze hun brand nog meer op.

(COFFEELAB webshop, 2021)

# STRATEGIE

### Bezorging

Producten worden geserveerd in de vestigingen van Coffeelab. Deze zijn te vinden in Breda, Eindhoven, Den Bosch en Nijmegen. Hier wordt je geholpen door "relaxte medewerkers". (KoffieCaartje, 2020)





### Service na bezorging

Hoewel Coffeelab niet echt een bepaalde service levert nadat klanten het product hebben ontvangen, hebben mensen wel vaak en reden om in de vestigingen te blijven hangen. Dit komt doordat de vestigingen van Coffeelab zich op een erg centrale plek in de stad bevinden waar en hoop leven bij elkaar komt. Zo zul je er studenten vinden die daar aan het studeren zijn, maar bijvoorbeeld ook treinreizigers die even snel een pauze komen nemen. (KoffieCaartje, 2020)

# BRONNEN

Nielson, J. (2018, 10 augustus). The Brand Canvas - Ignition Framework. Geraadpleegd op 22 november 2021, van http://www.ignitionframework.com/the-brand-canvas-how-to-create-and-communicate-a-compelling-brand/

COFFEELAB. (2020, 21 december). Welkom bij COFFEELAB. Geraadpleegd op 22 novemtber 2021, van https://www.coffeelab.nl/over-coffeelab/

KoffieCaartje. (2020, 3 april). KoffieCa artje. Geraadpleegd op 22 november 2021, van https://www.koffiecaartje.nl/eindhoven/

COFFEELAB webshop. (2021, 3 april). COFFEELAB. Geraadpleegd op 22 november 2021, van https://www.shop.coffeelab.nl/

