

ONZEVIBE

# Brandguide

### Quick note

In het verlengde van het logo en jullie keuzes hierin ben ik aan de slag gegaan met het samenstellen van de logosuite, het kleurenpalet en de typografie familie. Middels deze presentatie wil ik bij jullie checken welke richtingen jullie voorkeur hebben.

In de volgende fase ga ik de kleurcodes uitwerken, de typografie definitief bepalen en breng ik dit samen tot een brandbook.

MERKWAARDEN

Verbinding

Warmte

Betrouwbaar

Sociaal

Lef

Plezier



**ONZEVOBE<sup>®</sup>**  
elke stem telt

A stylized microphone icon integrated into the logo. The microphone head is a solid dark teal circle with two small white curved lines inside representing the grille. The handle is a dark teal shape that tapers downwards. A long, dark teal curved line extends from the base of the microphone handle, sweeping upwards and to the right.



**ONZE**  
**VIBE®**

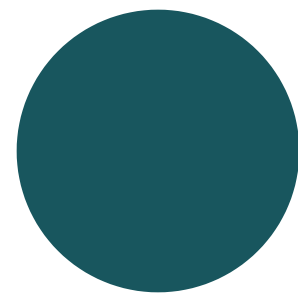




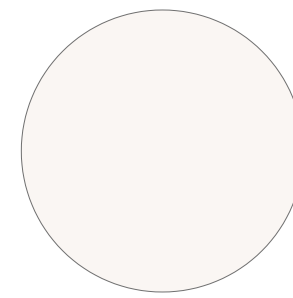




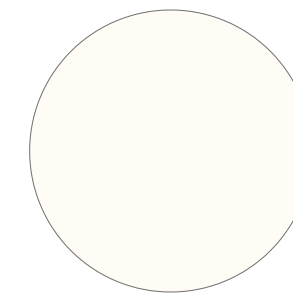
## PRIMAIRE KLEUREN



DISCO  
#18565E

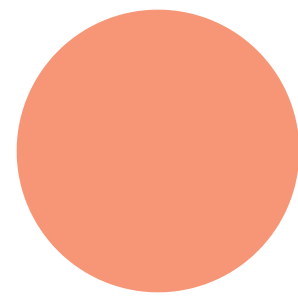


PIANO  
#FAF6F3

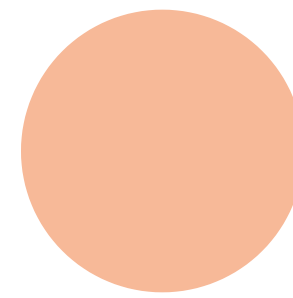


ECHO  
#FFFBF5

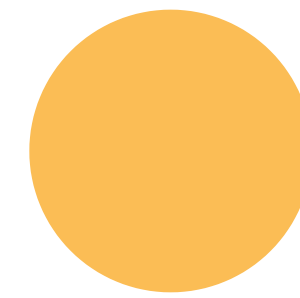
## SECUNDAIRE KLEUREN



POP  
#18565E

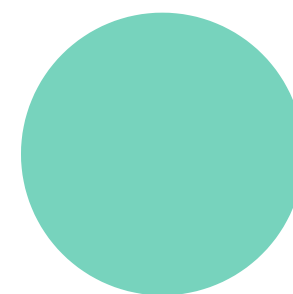


RETRO  
#FAF6F3



JAZZ  
#FFBF5

## ACCENTKLEUREN



HIPHOP

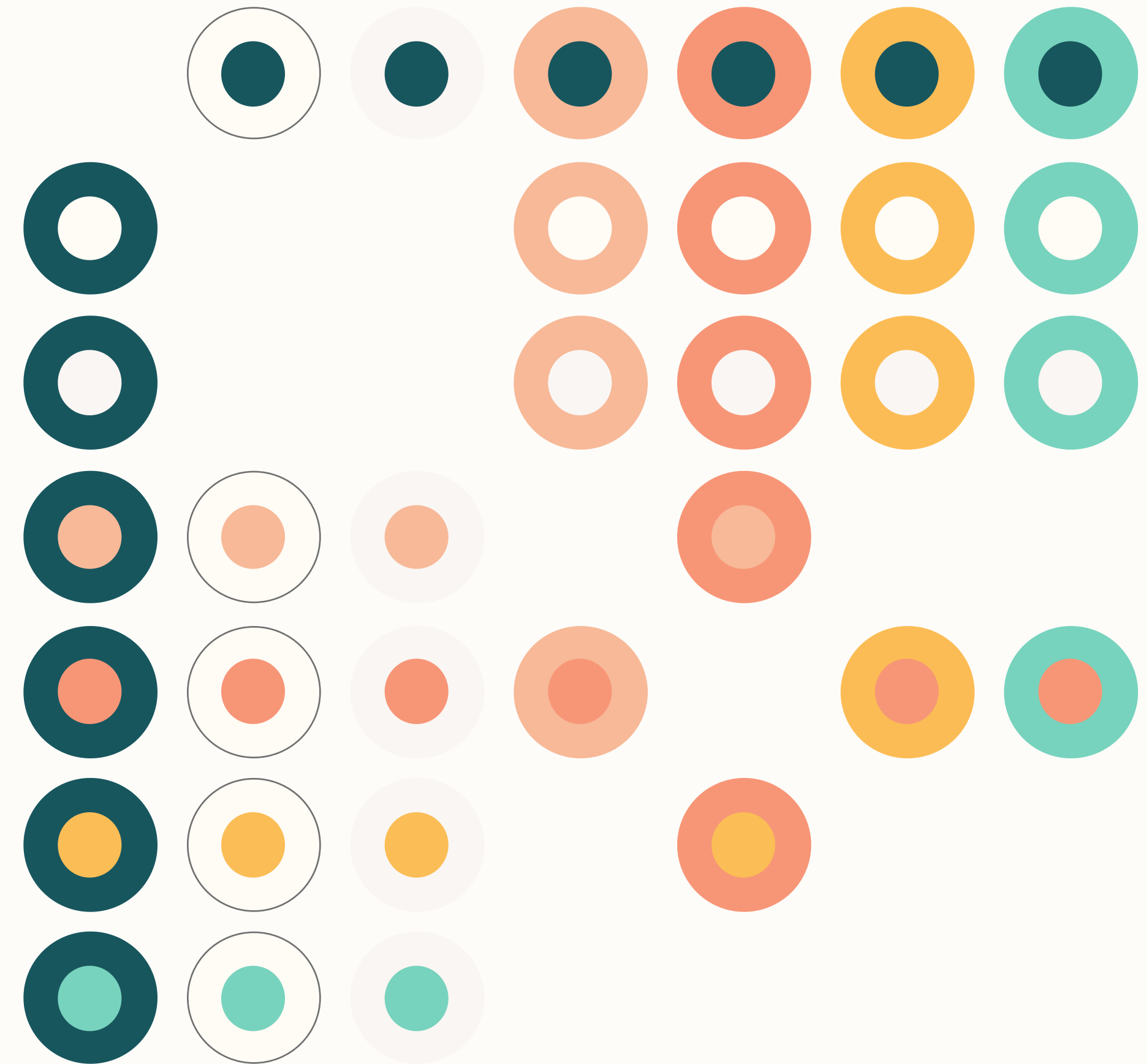
#FAF6F3

## TOELICHTING

Om een indruk te geven van hoe we de kleuren kunnen combineren - en welke combinaties wel of niet werken - heb ik een contrast schema gemaakt.

Bepaalde kleurcombinaties vermijden we zodat alle kleurencombinaties elkaar altijd versterken of juist verbinden.

In de onderlinge combinaties van kleuren ben ik op zoek gegaan naar een stukje warmte en toegankelijkheid zonder dat het te soft wordt en wel het stukje 'lef' behoudt.

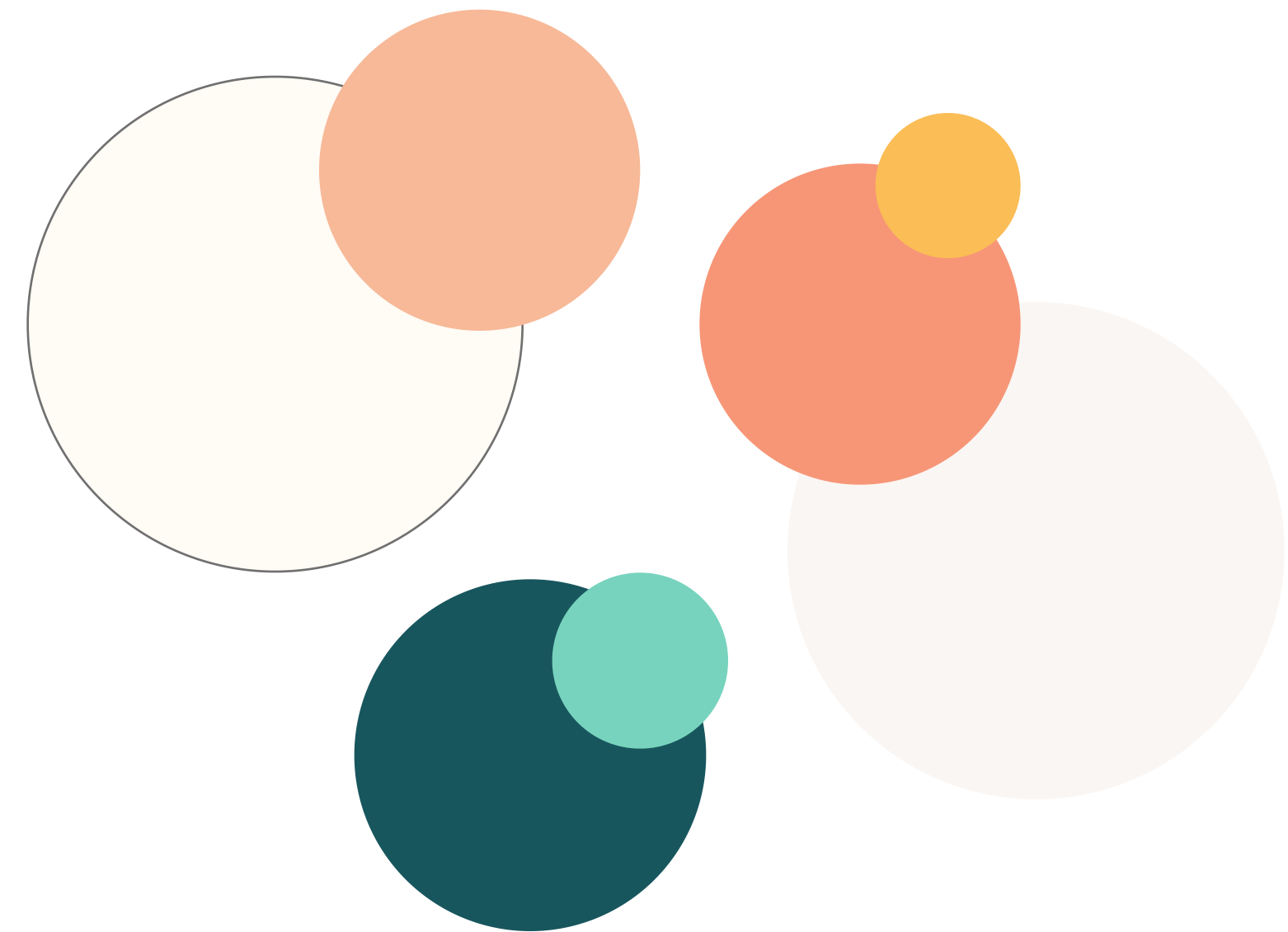


## TOELICHTING

Hiernaast zie je de kleurenhiërarchie die de balans tussen de kleuren weergeeft.

Zoals je ziet gaan de neutralere tonen de basis vormen van de branding en vullen we deze aan met de warme, secundaire kleuren om het verbindende karakter weer te geven.

De accenttint brengt vrolijkheid, lef en herkenbaarheid in het geheel en maakt de uitstraling zo eigen. De accentkleur wordt bijvoorbeeld gebruikt voor kleinere accenten, zoals buttons op een website en eventueel details in drukwerk.







Elke stem telt

# De top 200 van jouw collega's

Maak QR Muziekkaarten van je Spotify-afspeellijsten. Kies voor digitale levering of premium fysieke kaarten. Elke track is **geverifieerd door ons** Jaarverificatiesysteem om het juiste releasejaar te garanderen. Geen inspiratie? Kies uit onze vooraf geselecteerde afspeellijsten.

BESTEL JE EIGEN KAARTEN



## 1 — KOPPEN

Voor de koppen gebruiken we **Caros Soft Medium** in kleine letters met een regelafstand van 1,1.

## 2 — SUBKOPPEN

Voor de subkoppen gebruiken we **Caros Soft Regular** op 70% opacity.

## 3 — BROODTEKST

Voor de broodtekst gebruiken we **Caros Soft Regular** met een regelafstand van 1,5.

## 4 — CALL TO ACTIONS

Voor de call to actions / buttons gebruiken we **Caros Soft Medium** in caps met een interlinie van 50.



2

Brand Purpose

1

# Echte momenten, oprechte verhalen

3

Mijn missie is om fotografie toegankelijk te maken, zonder geforceerde poses of oppervlakkigheid. Gewoon echt, met beelden die raken en een verhaal vertellen.

4

BESTEL JE EIGEN KAARTEN



OnzeVibe

# Elke stem telt

Maak QR Muziekkaarten van je Spotify-afspeellijsten. Kies voor digitale levering of premium fysieke kaarten. Elke track is **geverifieerd door ons** Jaarverificatiesysteem om het juiste releasejaar te garanderen. Geen inspiratie? Kies uit onze vooraf geselecteerde afspeellijsten.





FONT LICENTIES

CAROS SOFT	
FONT WEIGHTS	Medium
DESKTOP LICENTIE	\$20
WEB LICENTIE	\$20

CAROS SOFT	
FONT WEIGHTS	Light
DESKTOP LICENTIE	\$20
WEB LICENTIE	\$20

Let op: prijzen onder voorbehoud. Ik heb de prijzen vluchtig gecheckt.  
Raadpleeg de website van de font foundries voor actuele prijzen en gebruikersvoorwaarden.

### Final note

Deze brandguide is met veel zorg en liefde ontwikkeld door en bevat alle onderdelen die je nodig hebt om de merkidentiteit van OnzeVibe correct te gebruiken en implementeren. Door deze brandguide te volgen, zorgen jullie ervoor dat de uitstraling van jullie merk consistent en herkenbaar blijft voor de doelgroep.

Heart guided.  
Strategy based.  
Story driven.



DE ROUTE VAN  
ONDERNEMING NAAR  
MERK