



*Brandguide*  
Anne van Damme



*Anne van Damme*

Lief met een vleugje Stoer





<i>Inhoud</i>	
Voorwoord	blz   7
Missie, visie en positionering	blz   8
Kernwaarden	blz   12
Logo	blz   14
Kleur	blz   18
Beeld	blz   20
Typografie en tekst	blz   23
Gebruik	blz   26
Aanvullende middelen	blz   30

5



## Voorwoord

*Waar is deze handleiding voor?*

We beschrijven hier het merk Anne van Damme. Er wordt gekeken naar een aantal aspecten zoals kleur, beeld en het logo. Wat mag wel, wat mag niet. Het staat er allemaal in.



## *Missie, visie & positionering*

### *Missie*

Anne is een spontane en oerprechte meid die met haar warme stem en diepe teksten een connectie wil maken met haar publiek.

---

**“Met haar warme stem wil ze haar publiek bereiken”**

---

### *Visie*

Anne wil in de toekomst haar verhalen en ervaringen blijven delen met haar doelgroep. Ze hoeft niet per se een groot artiest te worden.



10

**Positionering**

Anne van Damme is uniek op haar eigen manier. Ze bouwt een persoonlijke band op met haar publiek en wil zo haar verhaal overbrengen.

**“Ze bouwt een persoonlijke band op”**



## Kernwaarden

### Oprecht

Anne is eerlijk, gedreven en schrijft nummers over haar eigen leven en wat daar in gebeurt.

### Lief

Anne van Damme heeft een lieve uitstraling. Ze is rustig, aardig en spontaan.

### Passievol

Haar passie voor muziek is immens groot. Al van jong af aan draait haar hele dag om muziek.

### Emotioneel

haar nummers zijn heel persoonlijk en elk nummer roept andere gevoelens op bij de luisterraar.

**“Haar hele dag  
draait om *muziek*”**



*Logo*

## Logoafmetingen

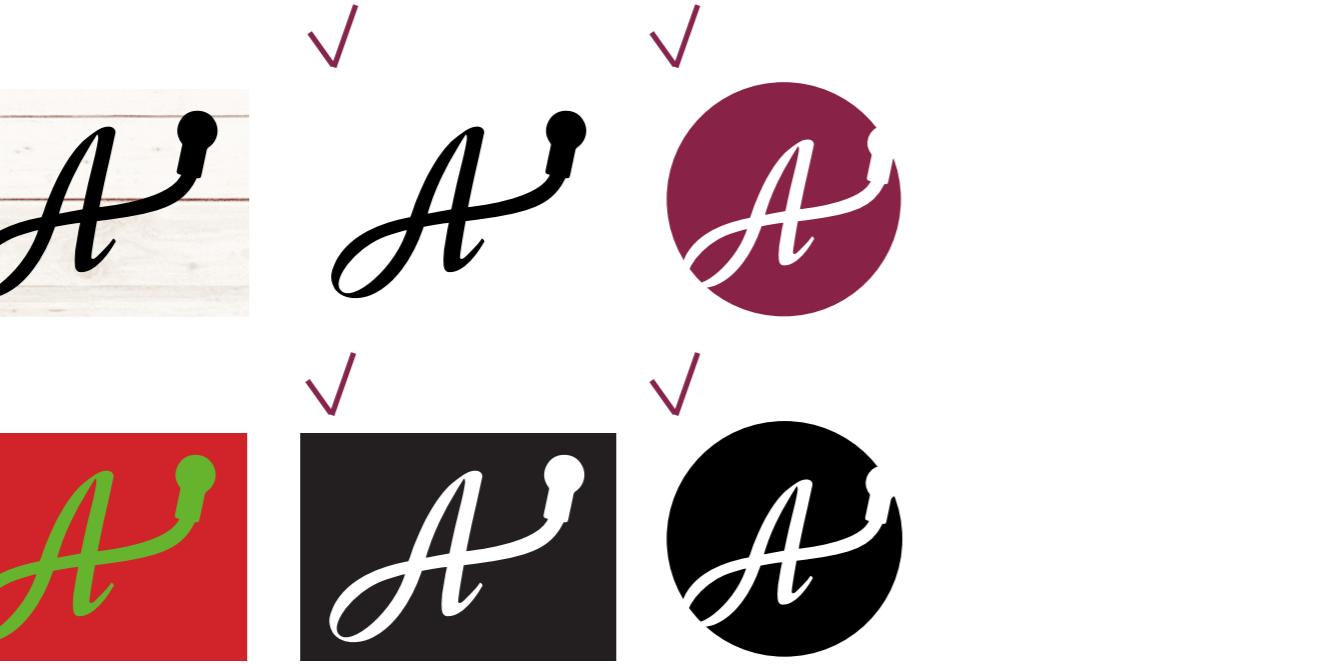
Uit de voorgelegde logo's heeft Anne dit logo uitgekozen, omdat het handgeschreven is en het heel eigen. Het handschrift is gebaseerd op Anne's handschrift en dat maakt het authentiek en oerrecht.





## Logogebruik

Het is een lang logo en dus fijn te gebruiken op posters, websites en flyers. Dit logo mag alleen in zwart en in wit worden gebruikt. Het kleine logo wordt gebruikt als tabblad icoon en wanneer er ergens anders een vierkant logo nodig is.





## Kleurgebruik

We hebben ervoor gekozen om haar persoonlijkheid en kernwaarden naar voren te brengen met de hieronder aangegeven kleuren.

### PRIMAIR

BLACK  
CMYK: 0.0.0.100  
RGB: 0.0.0  
LAB: 11.-1.1  
HEX: #000000

OFF-WHITE  
CMYK: 2.0.12.0  
RGB: 252.251.234  
LAB: 98.-2.8  
HEX: #FCFBEB

### SECUNDAIR

REDBERRY  
CMYK: 51.100.60.11  
RGB: 136.34.70  
LAB: 32.44.4  
HEX: #8E0047

FUCHSIA  
CMYK: 13.96.5.1  
RGB: 210.27.126  
LAB: 48.70.-7  
HEX: #D21B7E

Als primaire kleur hebben we gekozen voor zwart, deze kleur wordt gebruikt voor de platte tekst. De secundaire kleuren die we hebben gekozen zijn redberry en fuchsia, deze kleuren komen subtiel terug.



## Beeld

## Beeldgebruik

Alle fotografie moet voldoen aan een aantal belangrijke punten die hieronder en op de volgende pagina's zijn beschreven.



*Persoonlijk*, op de foto's staan objecten of personen die van Anne zijn of met haar te maken hebben. Denk aan persoonlijke spullen, foto's van haarzelf of haar familie en vrienden.



*Lief*, foto's mogen geen boze, enge of gevaarlijke uitstraling hebben. Het gevoel dat je erbij krijgt is een fijn, lief gevoel.



*Veel contrast*, zo worden de kleuren een stuk duidelijker en ziet het beeld er levendiger uit.



*Veel verzadiging*, het beeld wordt er levendiger van en alle kleuren worden sterker.



*Licht*, door veel licht te gebruiken worden alle pastel kleuren wat lichter en is alles in het beeld goed te zien.



## Typografie & tekst

Voor kopjes en eventueel quotes gebruiken wij het lettertype "Script MT Bold". Dit lettertype is een script lettertype en straalt hierdoor Anne uit.

Voor de overige teksten gebruiken wij het lettertype Garamond. Dit is een serif lettertype, dat duidelijk, en fijn te lezen is.



# Garamond

## *Garamond*

# Garamond

GaramondLandempo saecta est, ipsant eossunes  
adicill oreicia sit verore qui ommodi tet quo id eos  
molore odi iundae porerrovidis et vent, volupti  
bernam valorum ratet es utatibe ribusae nulpari-  
bus doluptat.

*GaramondLandempo saecta est, ipsant eossunes adicill  
oreicia sit verore qui ommodi tet quo id eos molore odi  
iundae porerrovidis et vent, volupti bernam valorum ratet  
es utatibe ribusae nulparibus doluptat.*

GaramondLandempo saecta est, ipsant eos-  
suntes adicill oreicia sit verore qui ommodi  
tet quo id eos molore odi iundae porerrovidis  
et vent, volupti bernam valorum ratet es utati-  
be ribusae nulparibus doluptat.

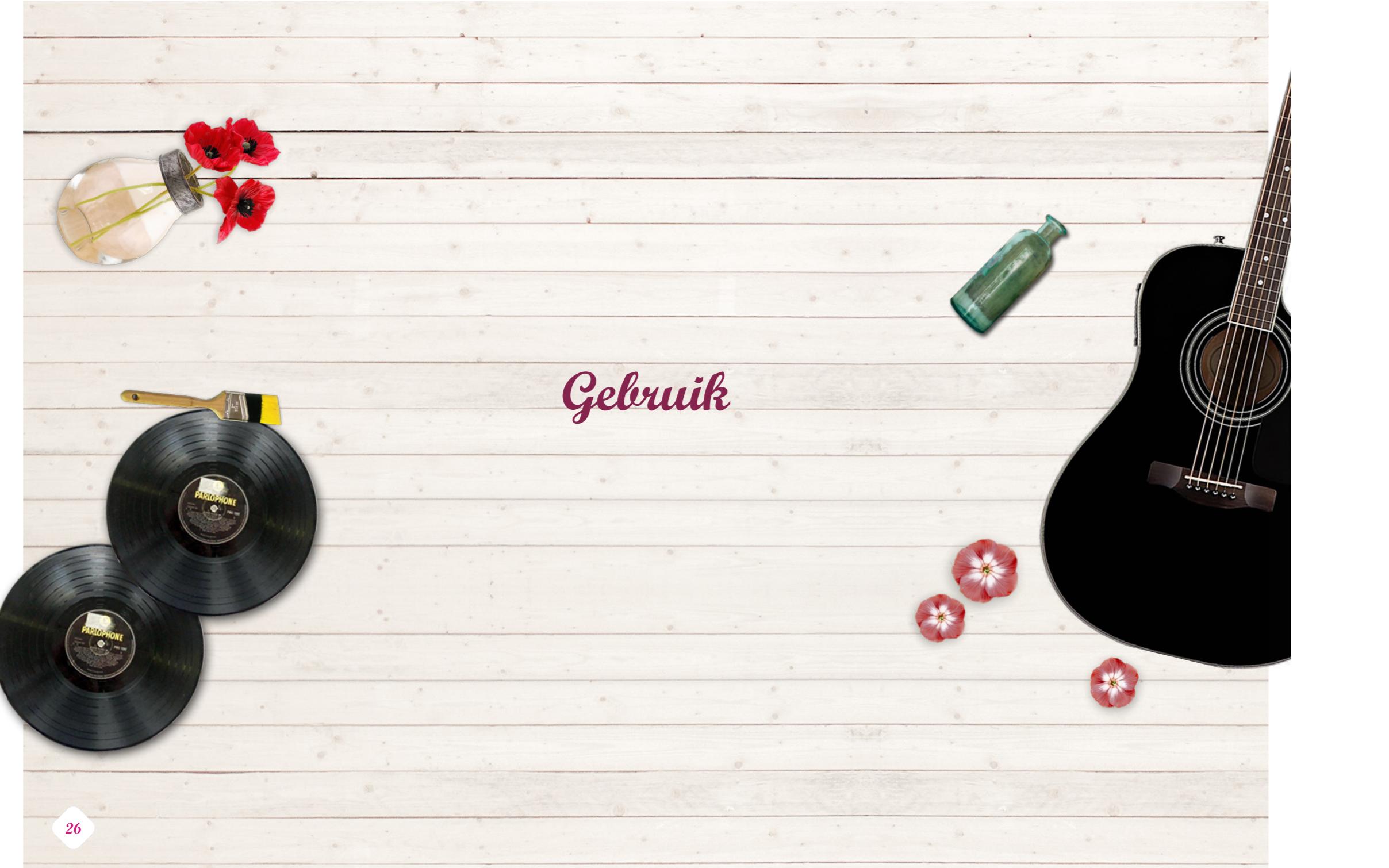
## *Script MT Bold*

## *Script MT Bold*

*GaramandLandempo saecta est, ipsant eossunes  
adicill oreicia sit verore qui ommodi tet quo id eos  
molore odi iundae porerrovidis et vent, volupti  
bernam valorum ratet es utatibe ribusae nulpari-  
bus doluptat.*

*GaramandLandempo saecta est, ipsant eossunes  
adicill oreicia sit verore qui ommodi tet quo id eos  
molore odi iundae porerrovidis et vent, volupti  
bernam valorum ratet es utatibe ribusae nulpari-  
bus doluptat.*

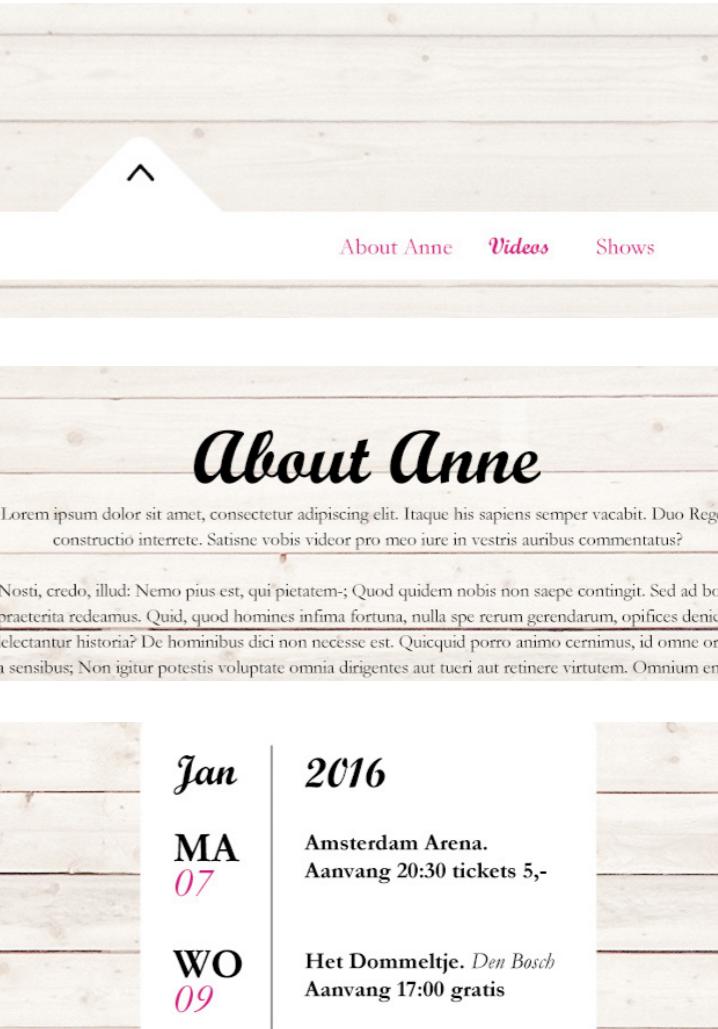




26

Brandguide | Gebruik

27

**2016****Jan 07**  
Amsterdam Arena.  
Aanvang 20:30 tickets 5,-**MA 07**  
Het Dommeltje. Den Bosch  
Aanvang 17:00 gratis



## LP, briefpapier en enveloppe



## Plectrum





## Aanvullende middelen

### Verlicht pad

#### HET COMMUNICATIEDOEL

Mensen op een unieke en spannende manier kennis laten maken met Anne.

#### COMMUNICEREN MET WIE?

Haar doelgroep is redelijk groot, het zijn mannen en vrouwen van tussen de 25 en 60 jaar oud. De mensen uit haar doelgroep hebben in gemeen dat ze goed luisteren naar wat er gezegd wordt in de nummers en dat is ook waar Anne veel waarde aan hecht.



## WAT GAAN WE COMMUNICEREN

Anne is een Singer songwriter die lief en stoer combineert tot persoonlijke nummers, nummers waarbij je je betrokken voelt. Ze neemt je mee in haar verhaal. We willen dat de bezoekers Anne leren kennen.

Hiermee is de propositie ook duidelijk: Laat je meevoeren en inspireren door de stad, leer Anne kennen.

## HOE GAAN WE COMMUNICEREN

Door het verlichte pad worden bezoekers meege-  
nomen in een reis naar Anne. Ze leren Anne  
kennen door de persoonlijke berichten die bij de  
wandeling te zien zijn, om aan het einde van het  
pad Anne live te zien optreden.

Hiermee is de propositie ook duidelijk:  
Laat je meevoeren, verlicht jezelf.

## STRATEGISCHE UITGANGSPUNTEN

De muziek van Anne heeft een persoonlijke boodschap waar haar luisteraars zich mee kunnen identificeren.

## MIDDELEN

Om de boodschap goed over te brengen gaan we de volgende middelen gebruiken: Social media, posters, banners.

## WANNEER COMMUNICEREN WE?

2 weken voor het event gaan we hype wekken met #EnlightYourself #AnneVanDamme #tilburg. Mensen worden hierdoor nieuwsgierig en mensen die niet weten van het event worden geïnformeerd via posters in Tilburg, zo komen de shoppers ook te weten dat er binnenkort iets te doen valt. Toevallige voorbijgangers van de winkelstraat worden vanzelf op de dag van het event nieuwsgierig en volgen het pad ook.



### DE BOODSCHAP OVERBRENGEN

Via een glow in the dark pad met quotes worden de mensen aangetrokken en meegenomen naar het concert van Anne van Damme, hierdoor wordt de nieuwsgierigheid van de mensen geprikkeld. Op het concert zijn een aantal vrijwilligers (familie en vrienden) aanwezig om flyers uit te delen en informatie te geven.



### #GetInTouch

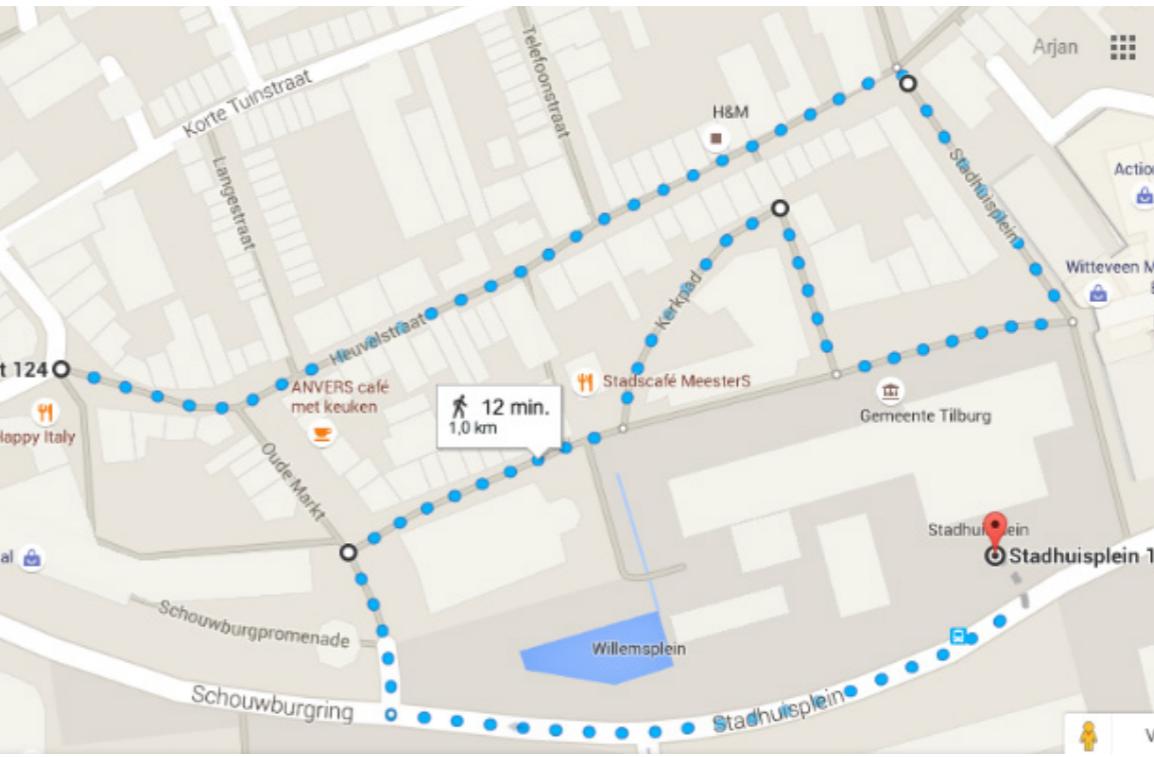
1 juni

walk the road of light

Heuvelstraat | Tilburg

## DE ROUTE

Op de volgende pagina staat de route die de bezoekers van het pad zullen gaan lopen. De route is ongeveer 'n kilometer lang en loopt langs een aantal mooie locaties en winkeltjes. Het pad kronkelt door de straatjes de Heuvelstraat, Stadhuisplein, Kerkpad en Oude Markt. De route is zorgvuldig uitgezocht zodat mensen, naast het pad zelf, naar mooie bouwwerken e.d. kunnen kijken. Ook zijn er winkeltjes om spulletjes te kopen en zijn er terrasjes om even wat te drinken of eten. Ook invaliden kunnen het pad bezoeken, de straten zijn gemakkelijk toegankelijk. Er rijden geen auto's op straten dus kinderen e.d. kunnen veilig rond wandelen. Wanneer de bezoekers aankomen bij het laatste stuk word hun verzocht op het trottoir te lopen aan de Willemplein/stadhuisplein zijde.





### PAD OPZET

Om het pad op te bouwen gebruiken we glow-in-the-dark verf en een aantal templates. Door het midden van de straatjes spuiten we een rechte lijn die de route aangeeft. Met de templates verspreiden we verschillende quotes uit Anne's nummers en haar logo. We gebruiken de kleuren uit Anne's huisstijl voor de verf. De templates (karton) worden gemaakt door een extern bedrijf of door Anne en haar team. Het begin punt wordt duidelijk gemaakt met een start symbooltje en banners aan gebouwen zodat mensen vanuit de weg ook zien dat er een event is.

### EINDPUNT

Bij het eindpunt vinden de bezoeker Anne's concert. Hier treed ze op, terwijl haar team flyers uitdeelt.



#### TIMESCHEDULE

Hieronder volgt het tijdschema van de #GetInTouch avond.

- |        |   |
|--------|---|
| 21:00: | Verzamelen personeel  |
| 22:00: | Eerste bezoekers verwelkomen met muziek en flyers                     |
| 23:00: | Eerste optreden van Anne  |
| 23:40: | Mogelijkheid om met Anne te praten (handtekeningen e.d. ook mogelijk) |
| 24:15: | Laatste optreden  |
| 01:00: | Afsluiting  |



## Volkswagen busje

### HOE GAAN WE COMMUNICEREN

Anne is een Singer songwriter die haar fans erg betrekt bij haar muziek. Dit willen we gaan benadrukken met de tour. Op deze manier zal Anne nog persoonlijker worden met haar fans en haar fans meer betrokken met haar liedjes.

### HOE GAAN WE DIT DOEN

We gaan op facebook een evenement aanmaken waarin de datums en tijden staan met waar ze wanneer is. Dan kan Anne haar fans uitnodigen voor dit evenement en haar fans aansporen om ook meer mensen uit te nodigen. Op deze manier kun je zien hoeveel fans op welke plaats ongeveer aanwezig zullen zijn.

Ook zet Anne op Instagram een poster met daarop alle tijden, zodat al haar volgers weten waar en wanneer ze optreedt.

---

### DE TOUR

We gaan Anne on Tour plannen. Dit gaan we doen door met Anne door Nederland te rijden en naar grote steden te gaan en daar op te treden in cafe's en op pleintjes. Anne gaat heel actief zijn op social media waardoor mensen ook weten dat Anne in de buurt komt. Het hele idee van Anne on Tour is dat ze naamsbekendheid gaat krijgen en dat mensen van haar en haar muziek horen. Door op te treden op pleintjes en dergelijke zullen mensen van haar muziek horen die normaal nooit in aanraking zouden komen met haar muziek.



## WAAROM EEN VOLKSWAGEN TYPE 2?

We gaan gebruik maken van een oud volkswagen busje omdat dit een opvalleend busje is en je in het dagelijks leven niet veel ziet. Daarom zullen mensen eerder opkijken als anne in het busje voorbij komt.



## WAAROM KOMEN?

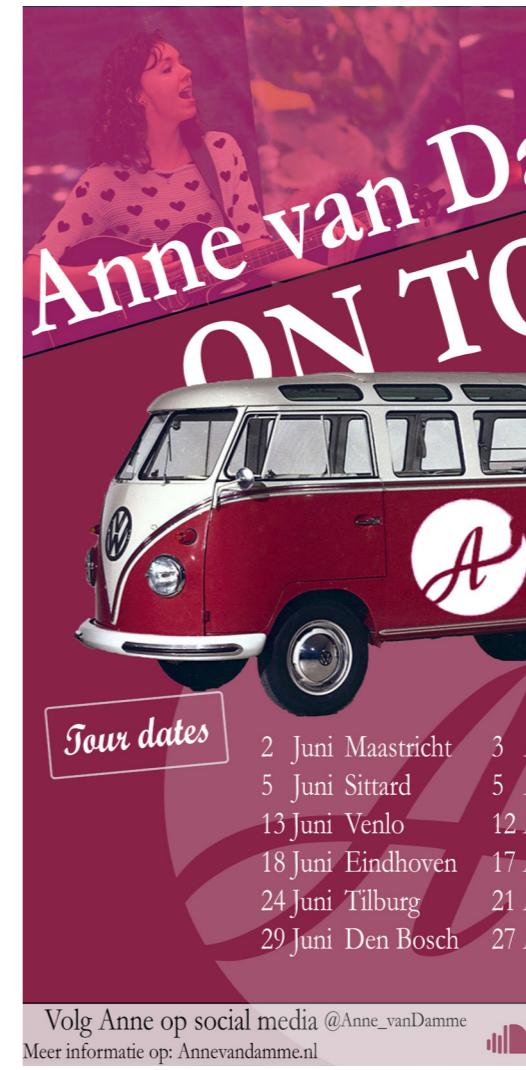
Anne's busje en informatie zal heel openlijk worden opgesteld, zo proberen we de drempel om te komen kijken en luisteren zo laag mogelijk te houden. Mensen zijn van nature nieuwsgierig en op die manier proberen we de nieuwsgierige mensen naar Anne toe te lokken. Als er eenmaal meerdere mensen staan is het ook al laagdrempeliger om erbij te gaan staan. Ook zullen mensen kans maken op:

- 5 x een huiskamer concert
- 5 x de nieuwe LP van anne krijgen
- 2 x meerijden in het busje en live muziek op eigen gekozen locatie

We hebben gekozen voor deze prijzen omdat deze ook weer indirekte reclame en bekendheid zijn voor Anne, als mensen iets winnen zoals een huiskamer concert is er een grote kans dat ze daar ook over praten met vrienden en familie.

#### RECLAME/ HYPE OPWEKKEN

Om ervoor te zorgen dat zoveel mogelijk mensen er vanaf weten en nieuwsgierig worden zullen we gaan zorgen voor verschillende manieren van reclame maken. Er zullen posters worden opgehangen in de steden waar ze gaat optreden. Ook zal Anne op social media een hype gaan ontwikkelen rondom haar tour. Ze zal bijvoorbeeld gebruik gaan maken van #GoingOnTour #BeThere #MyFans.



Volg Anne op social media @Anne\_vanDamme  
Meer informatie op: Annevandamme.nl



*Contact:*

Anne van Damme  
[www.annevandamme.nl](http://www.annevandamme.nl)  
annevandammeofficial@gmail.com