

Brand book

Personal brand Digital branding

Introductie

Dit brand book is de visuele en inhoudelijke leidraad van mijn personal brand voor het vak Digital branding. Het vormt een helder kader waarin de essentie van mijn identiteit wordt vastgelegd – van kleurenpalet tot typografie, van logo tot tone of voice. Elk element is zorgvuldig gekozen om mijn waarden en uitstraling op een consistente manier te vertalen naar communicatie en ontwerp.

Het merk ademt eenvoud, creativiteit en een natuurlijke rust. De visuele stijl is warm en toegankelijk, met speelse elementen die het persoonlijk maken. Alles is ontworpen met oog voor detail én gevoel, zodat het merk niet alleen opvalt, maar ook aanspreekt en vertrouwd aanvoelt.

Dit brand book is jouw houvast én inspiratiebron. Het laat zien hoe je een merk op een sterke manier tot leven brengt – of het nu gaat om een grote campagne of een klein detail. Zo zorgen we er samen voor dat alles wat we doen herkenbaar is, raakt én blijft hangen.

Inhoudstafel

1. Brand strategy
 2. Het logo
 3. Logo variant
 4. Kleuren
 5. Typografie
 6. Iconografie
 7. Moodboard
 8. Mock-ups
-

Brand Strategy

04

Missie & visie

Missie

Ik wil mensen of bedrijven helpen door sterke visuele ontwerpen te maken dat niet alleen mooi is maar ook werkt en aantrekkelijk is bij de klant.

Visie

Mijn visie is om met digital design een eigen naam te creëren in deze sector. Ik streef ernaar om een herkenbare stijl en merk op te bouwen en mensen te helpen met het uitbouwen van hun bedrijf

Kernwaarde

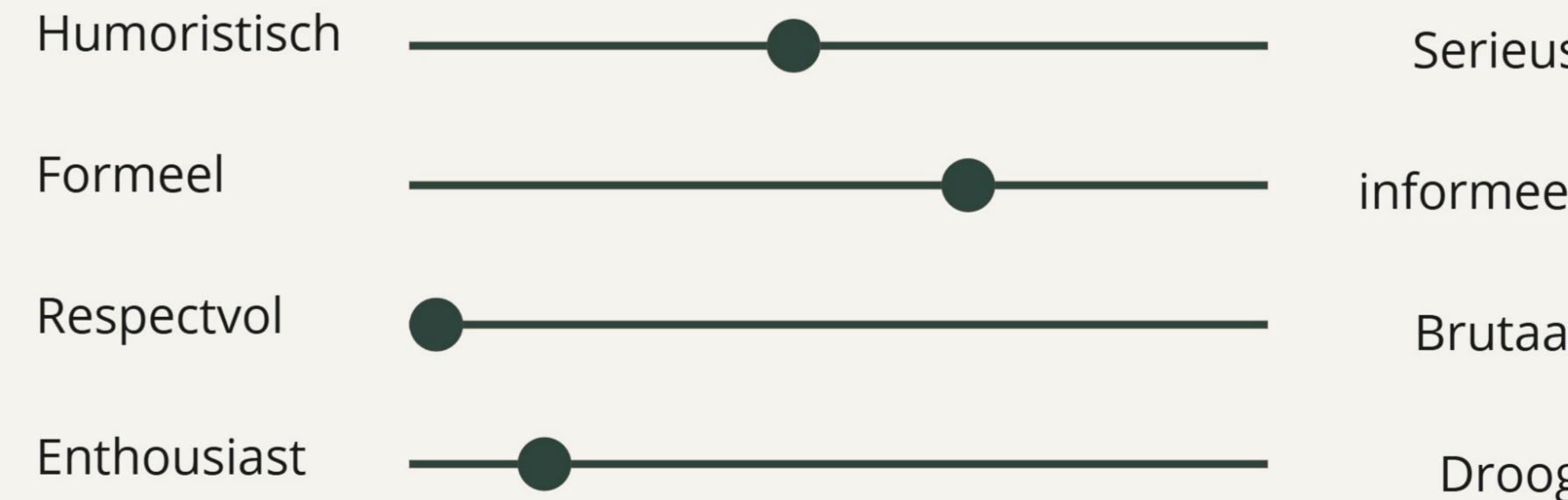
Creativiteit – ik vind creativiteit belangrijk voor unieke ontwerpen te bedenken of het idee van de klant te verbeteren en zo originele en visueel aantrekkelijke ontwerpen te creëren.

Samenwerken – Ik werk nauw samen met mijn klanten om hun idee tot leven te brengen en een ontwerp te maken dat echt bij hun past.

Kwaliteit – ik vind het leveren van kwaliteit heel belangrijk. Dit betekent aandacht voor details en nauwkeurige afwerking om het beste resultaat te bereiken.

Brand voice

Voor mij is de tone of voice een belangrijk onderdeel van wie ik ben als merk. Ik spreek op een luchtige en toegankelijke manier, met een subtiel vleugje humor waar dat past. Mijn communicatie is informeel, maar altijd respectvol en professioneel. Ik vermijd afstandelijke of droge taal en kies liever voor een warme en enthousiaste benadering. Zo zorg ik ervoor dat ik herkenbaar, benaderbaar en authentiek overkom in elk contactmoment.



Het logo

02

Het logo

Als digitale vormgever wilde ik iets ontwerpen dat niet alleen opvalt, maar ook mijn persoonlijkheid en manier van werken weerspiegelt. Het resultaat is een logo dat speels en eigenzinnig oogt, met vormen die nét even anders zijn en een stijl die creativiteit uitstraalt.

In het ontwerp heb ik bewust gekozen voor elementen die beweging en originaliteit oproepen – net zoals ik in mijn werk altijd op zoek ga naar iets dat verrast en blijft hangen. Elk detail is met aandacht opgebouwd: van de verhoudingen tot de kleurkeuzes.



Do's

EMMA

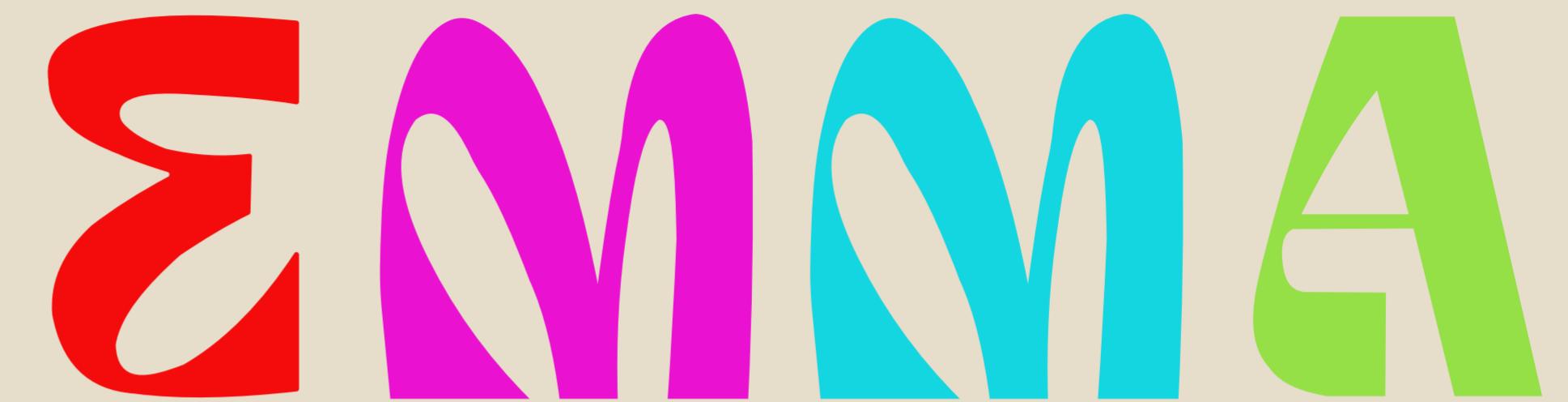
EMMA

EMMA

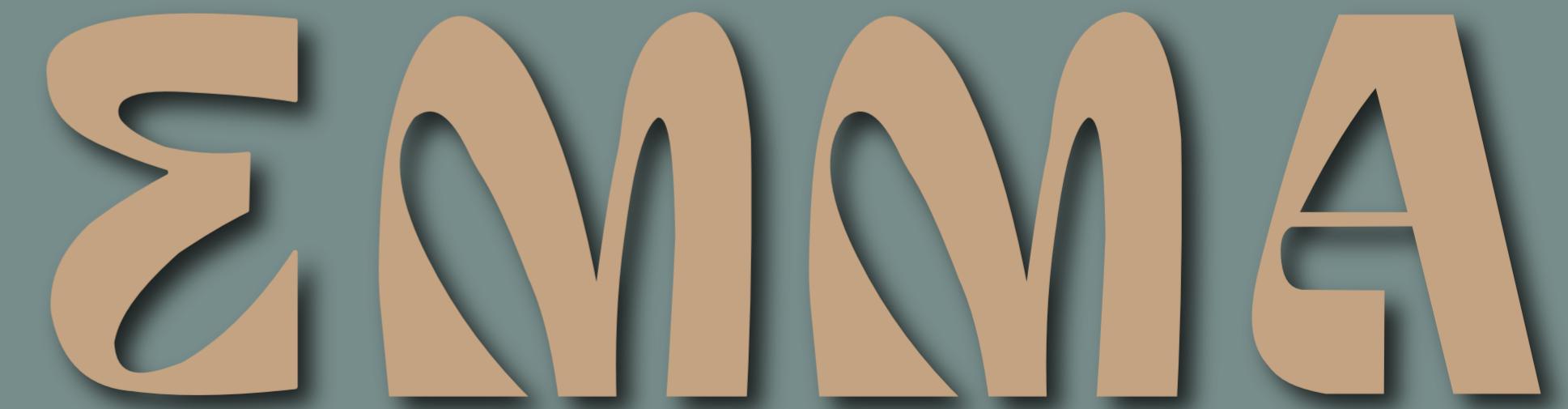
Don'ts



EMMA



EMMA



EMMA

Logo variant

05

Logo variant

De logo variant met enkel de letter "E" biedt een flexibele en compacte versie van het hoofdlogo. Deze afgeleide vorm behoudt de herkenbare stijl en speelsheid van het volledige logo, maar is ideaal voor kleinere toepassingen zoals social media-iconen, watermerken of favicons. Door slechts één letter te gebruiken, blijft het merk herkenbaar zonder in te boeten aan visuele impact of karakter. Het is een subtile, maar krachtige manier om de merkidentiteit consistent door te trekken in diverse contexten.



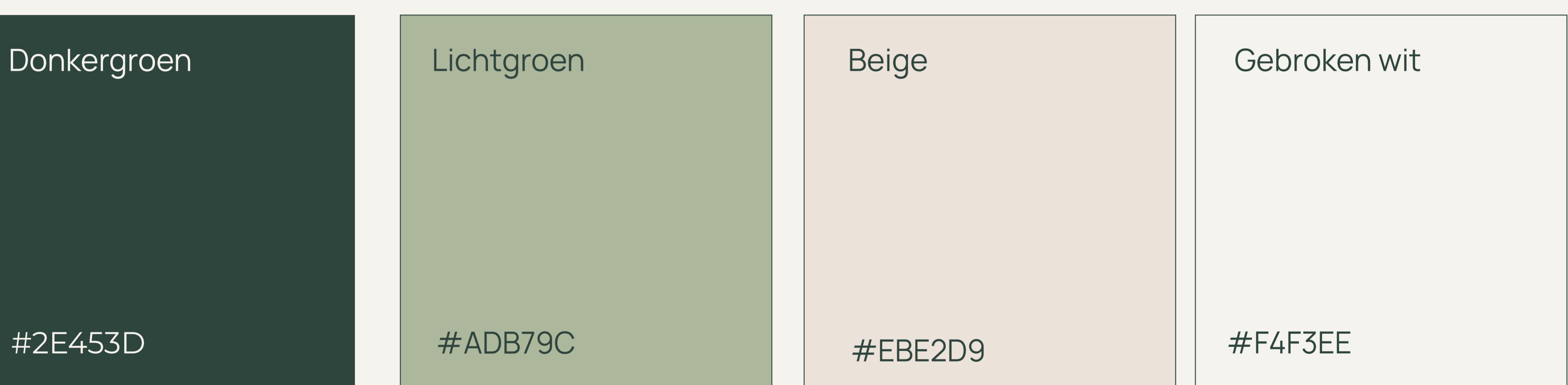


Kleuren

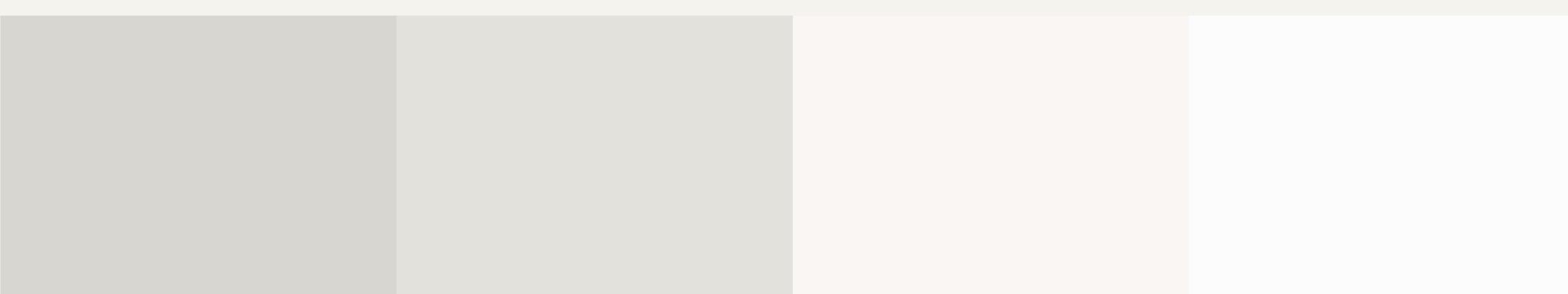
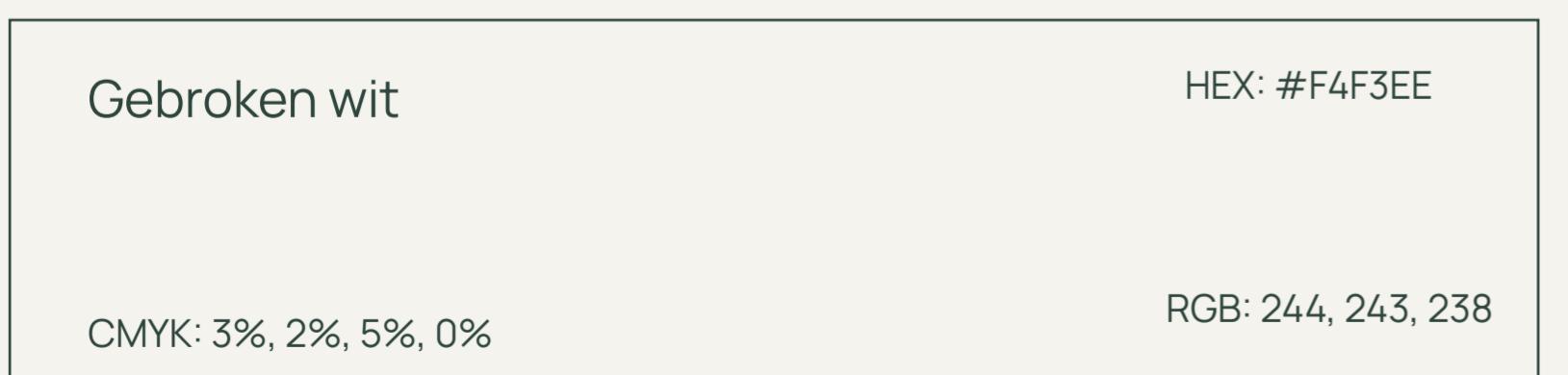
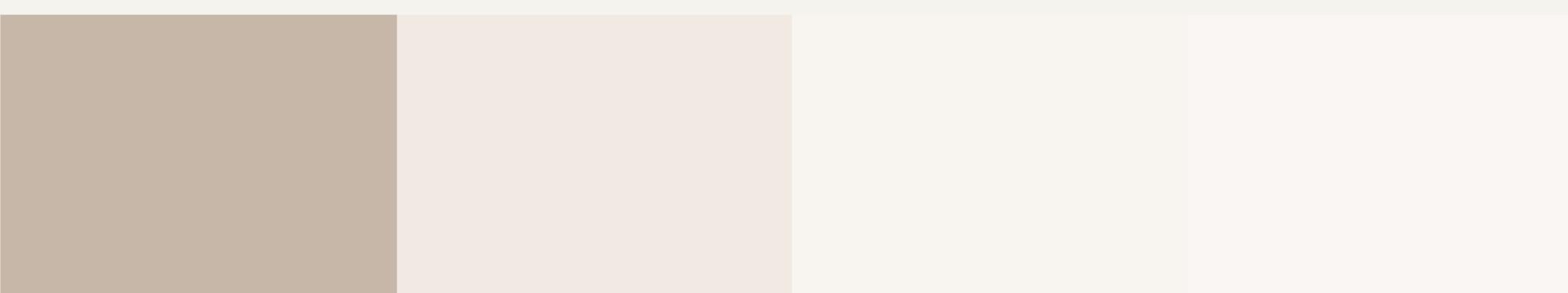
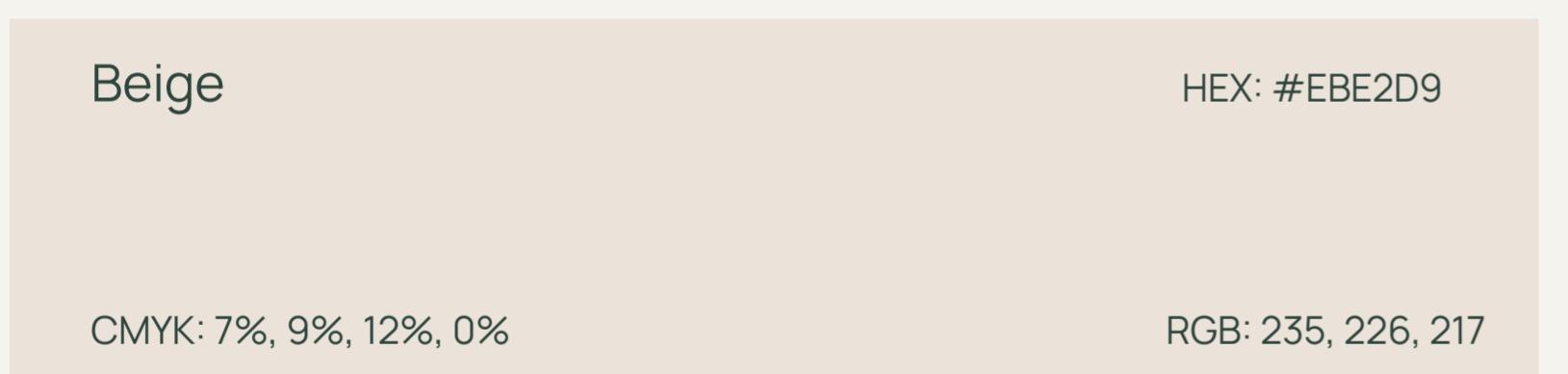
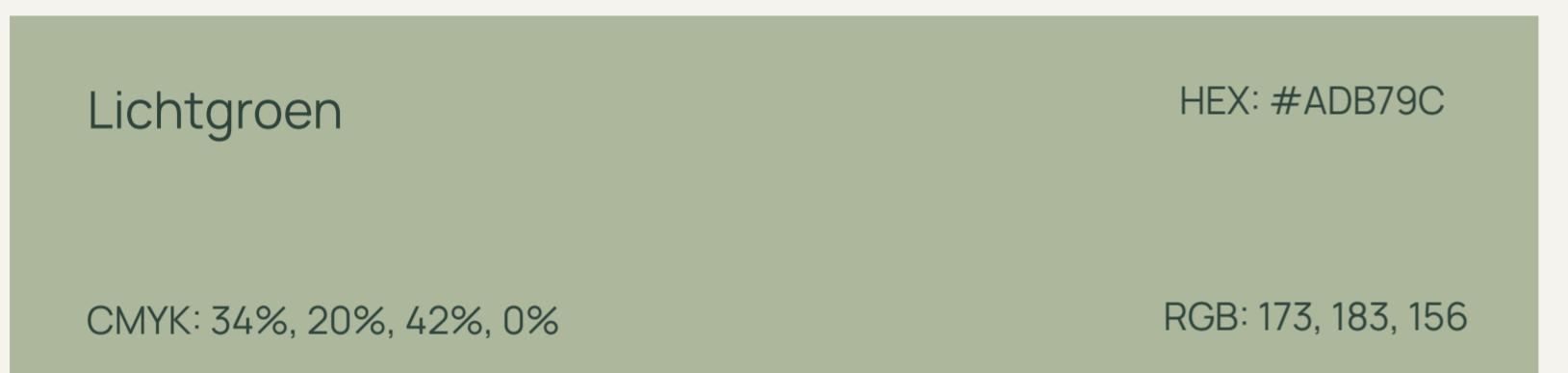
04

Kleurenpalet

Het kleurenpalet combineert natuurlijke tinten met een zachte, vertrouwde uitstraling. Donkergroen staat voor rust en diepgang, terwijl lichtgroen, beige en gebroken wit het geheel luchtig en toegankelijk maken.



Kleurenpalet



Typografie

05

Space Grotesk

primair lettertype

Manrope

secundair lettertype

Voor titels en tussentitels wordt Space Grotesk gebruikt in bold en medium. Dit lettertype heeft een uitgesproken karakter en geeft elke kop een eigentijdse en krachtige uitstraling. De geometrische vormen en subtiele details zorgen ervoor dat de typografie niet alleen opvallend is, maar ook professioneel aanvoelt.

De bodytekst is gezet in Manrope Regular, een strak en evenwichtig lettertype dat leesbaarheid biedt, zowel op scherm als in print. Manrope is neutraal maar verfijnd, waardoor het een perfecte tegenhanger vormt voor de titels.

Samen creëren ze een frisse en eigentijdse uitstraling die past bij het merk.

Bold

Space Grotask

Space Grotask, bold, 96pt

Medium

Space Grotask

Space Grotask, medium, 64pt

Regular
Manrope

Manrope, regular, 28pt

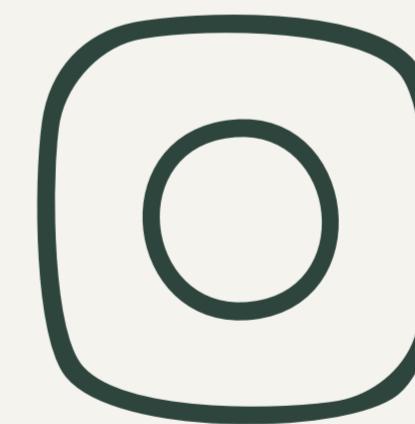
Iconografie

06

Iconenset

Door het gebruik van organische vormen en lichte imperfecties ogen de iconen speels, persoonlijk en toegankelijk. Deze stijl geeft de iconen karakter en zorgt voor een warme, menselijke uitstraling – zonder in te leveren op helderheid of functionaliteit.

Hoewel ze los en creatief ogen, blijven de iconen herkenbaar en ondersteunend in hun rol. Ze sluiten visueel aan bij de rest van de branding en kunnen op een subtile manier toegepast worden in verschillende media, zoals web, print en social. Zo versterken ze de creatieve identiteit van het merk op een natuurlijke manier.

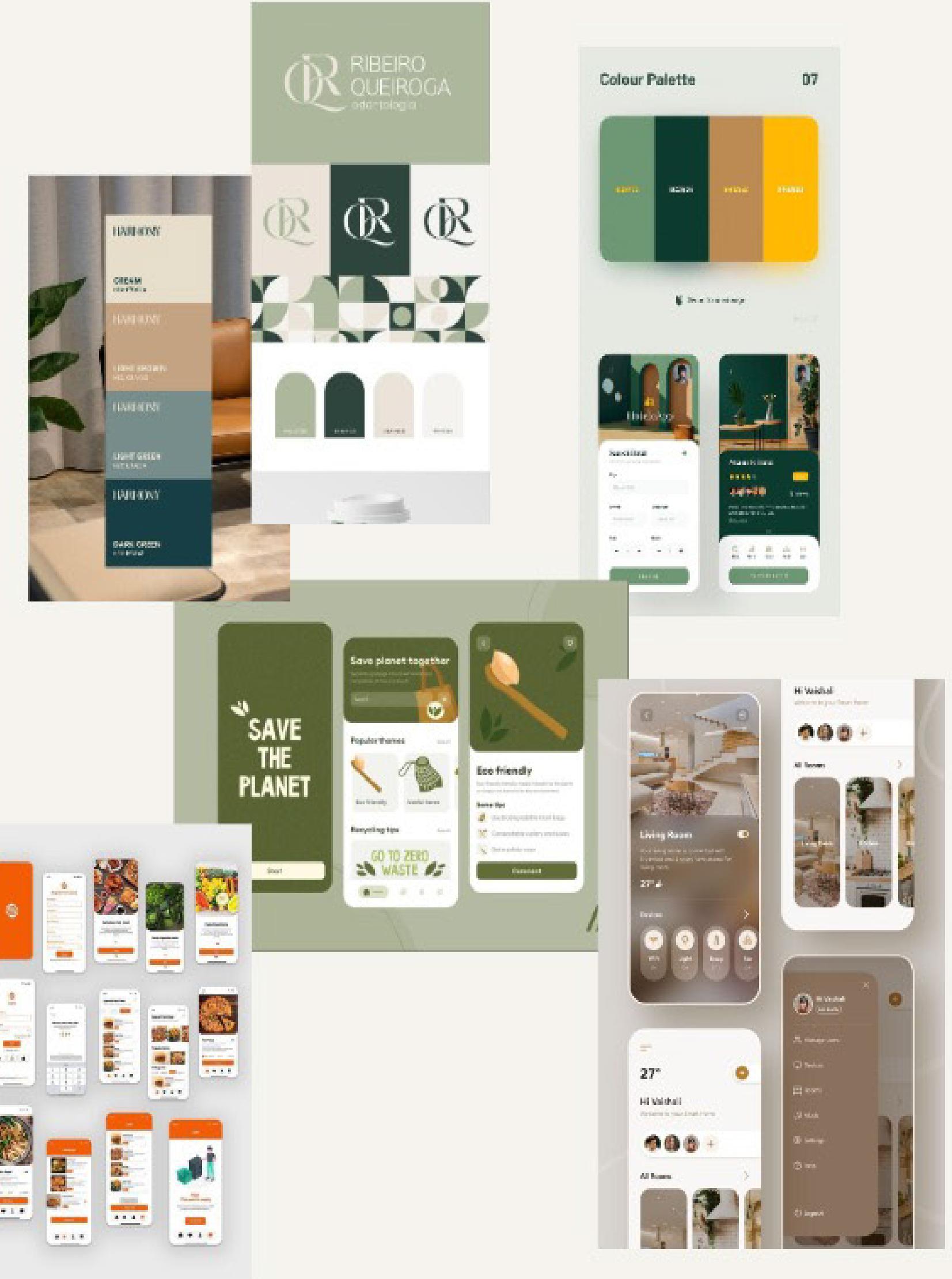
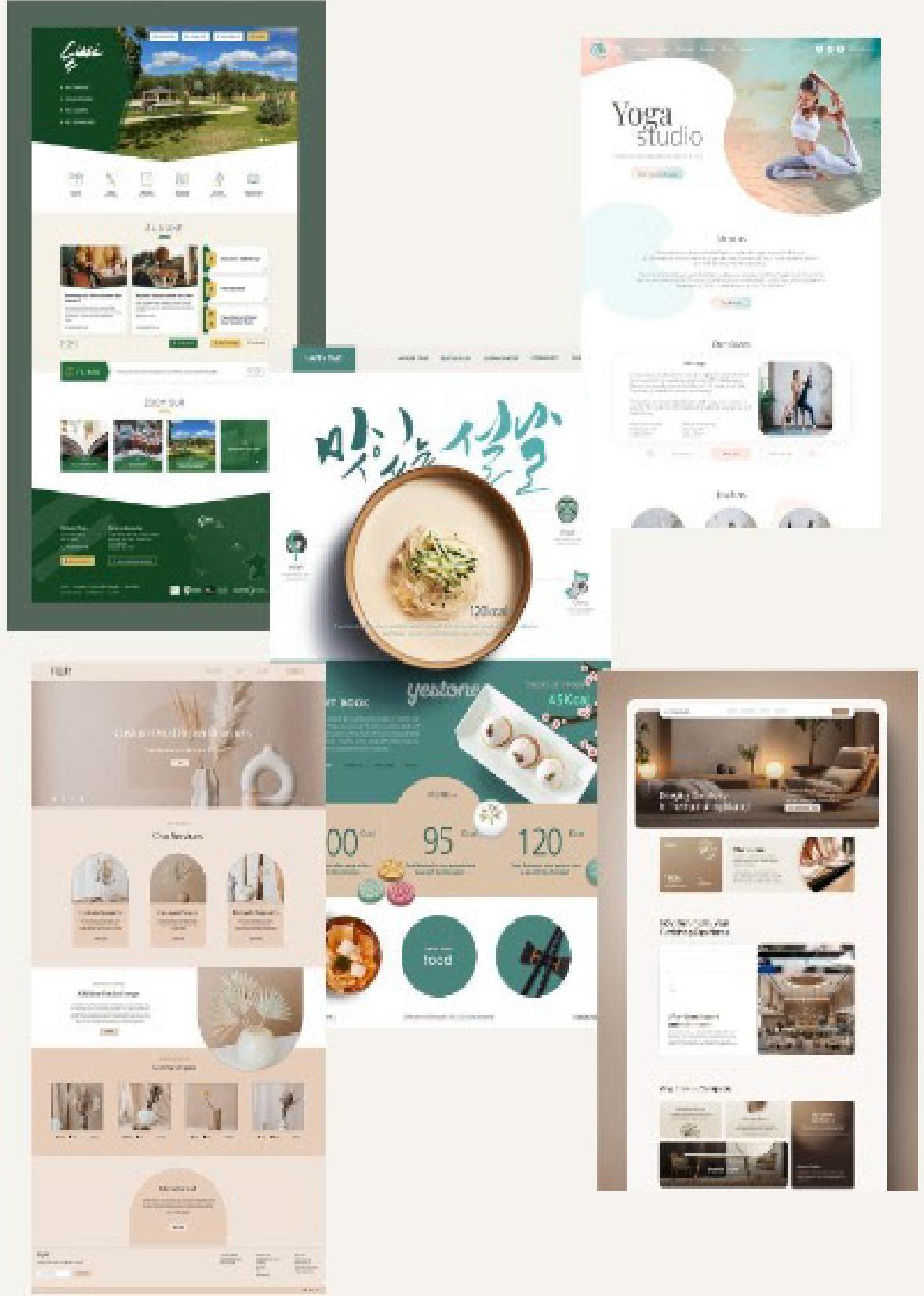


Moodboard

07

Moodboard

Het moodboard weerspiegelt de gewenste uitstraling van het merk: natuurlijk, speels en eigentijds. De combinatie van organische vormen, zachte typografie en warme tinten vormt de visuele basis. Uiteindelijk is er bewust gekozen voor groentinten als hoofdkleur, omdat het rust, balans en verbondenheid uitstraalt.

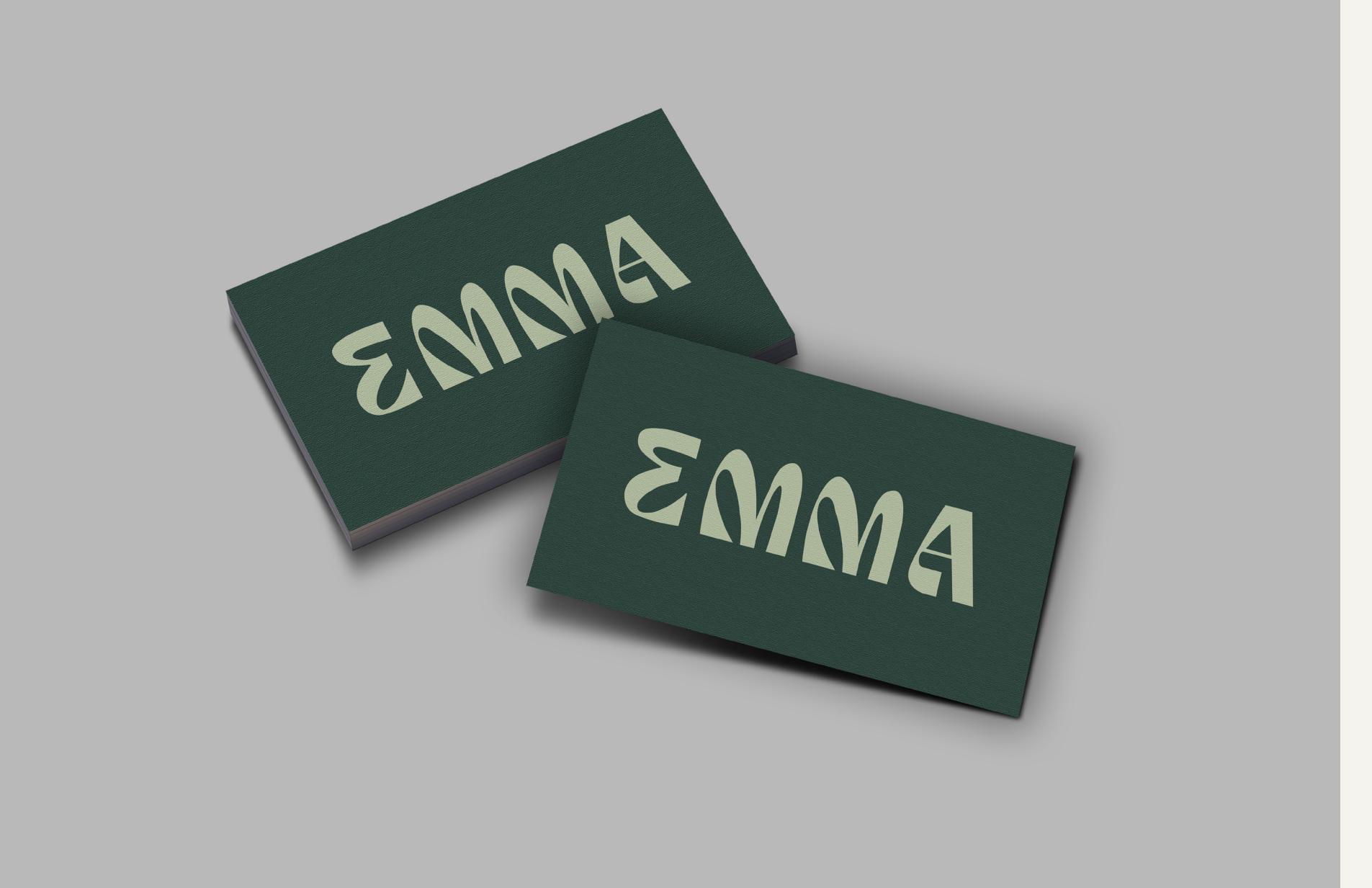


Mock-ups

08

Mock-ups

Mock-ups vormen een belangrijk onderdeel van de visuele presentatie van het merk. Ze tonen hoe de huisstijl tot leven komt in realistische contexten. Ze helpen bij het visualiseren van het eindresultaat en zorgen voor consistentie in toon en uitstraling. De stijl van de mock-ups sluit aan bij de branding: clean, creatief en met oog voor detail.



Achterblad