



Motivering av grafisk profil

Färgerna svart, gul grå och två nyanser av vit valdes ut för att stärka verksamhetens koncept samt för att främja läsbarheten genom tydlig kontrastverkan.

Primärfärgerna utgörs av en svart och gul kulör. De båda färgerna skapar en känsla av styrka, värme, hopp och optimism.

Sekundärfärgerna består av färgen grå samt två vita kulörer som tillsammans med primärfärgerna skapar bra kontraster och skapar blickfång och vägleder betraktaren med hjälp av kontrastverkan.

Fonterna (Fira Sans och Poppins) valdes ut på grund av att de är lekfulla, lättlästa och lättillgängliga (de är Google fonts). Fonterna skapar tillsammans en tydlig hierarki som främjar läsbarheten på digitala enheter. Dessa font-familjer har ett stort utbud av teckenvarianter som främjar ett enhetligt sidinnehåll och som gör att sidinnehållet känns enhetlig. Jag valde att begränsa mig till tre stycken olika teckenvarianter för att göra sidan enhetlig och lätt för användaren att ta till sig information och förstå.

Logotypen förmedlar ett tydligt budskap om vad det är för typ av verksamhet som bedrivs. Användaren förstår genom denna att verksamheten bedriver någon form av projektplanering. Dels genom namnet men även genom ordsymbolen i logotypen som utgörs av en checkbox. Logotypen stärker känslan av lekfullhet och gör företaget minnesvärt.

Faviconen utgörs av ordsymbolen i logotypen för att underlätta för användaren att känna igen symbolen och på så vis kunna associera den med vaumärket.