

BRAND RESEARCH

GOOSE ISLAND BREWERY



NAAM

Goose Island is in 1988 als een brewpub begonnen in Chicago, Illinois. Vlakbij lag er een eiland genaamd 'Goose Island' en zo ontstond de naam. (Goose Island, z.d.)

POSITIONERINGSVERKLARING

Terwijl anderen simpelweg een biermerk zijn, is Goose Island bezig met het *veroveren van de bierdrinkers met hun klasieke en innovatieve stijl. Zo willen ze de harten, verbeeldingen en smaakpapillen veroveren d.m.v. hun befaamde bier*, wordt gezegd op hun website. (Goose Island, z.d.)

BELOFTE

Op de site van Goose Island wordt er expliciet over hun missie en waarden gesproken, dat is om in de opkomende jaren hun leiderschap in de biermarkt te versterken. Deze missie zal behaald worden door het delen van hun expertise in het brouwproces en het versterken van de gemeenschap door consumentenbetrokkenheid. (Goose Island, z.d.)



EIGENSCHAPPEN

Om een goed beeld te schetsen bij de personaliteit van 'Goose Island' ben ik opzoek gegaan naar allerlei informatie om deze vervolgens te verwerken, denk hierbij aan hun website, Instagram, Twitter en Facebook. Als voorbeeld heb ik naar de personality traits van de brand canvas zelf gekeken. (*Jake Nielson, 2016*)

REFINED

De algemene stijl van Goose Island is heel erg doordacht en verfijnd. De logo's, website, kleurenpalet en branding spelen allemaal op elkaar in. Dit creëert een fijne kijkervaring voor de consumenten.

CREATIVE

Met talloze verschillende logo's, een solide website, social media vol met foto's en branding, kunnen we zeggen dat als het op creativiteit aankomt Goose Island er sterk voor staat.

CARING

Goose Island is erg consumentbetrokken. Op Twitter wordt er regelmatig gecommuniceerd met klanten, ook wordt er op hun site aangegeven dat iedereen contact met ze kan opnemen. (*Goose Island, z.d.*)

ADVENTUROUS

Het hele verhaal rondom Goose Island is begonnen toen John Hall, de oprichter, naar Europa is gerezen. Hier is hij topklasse bier tegengekomen en heeft gezegd “*America deserves some damn fine beer like this, too.*” (*Goose Island, z.d.*)



CUSTOMER PERSONA

Om een uitgewerkt beeld te creëren bij de customer persona heb ik het template van de brand canvas aangehouden. (Jake Nielson, 2016)

INFO

Naam: Marvin Buckley
Woonplaats: Chicago, Illinois
Leeftijd: 32
Baan: Muzikant
Familie: Vrijgezel, maar is zoekend

BIO

Marvin Buckley, een Afro-Amerikaanse man van 32 die is geboren en getogen in Illinois. Hij werkt van 9 tot 5 maar in de avonden gaat hij met vrienden bierproeven.

PROBLEMEN EN WENSEN

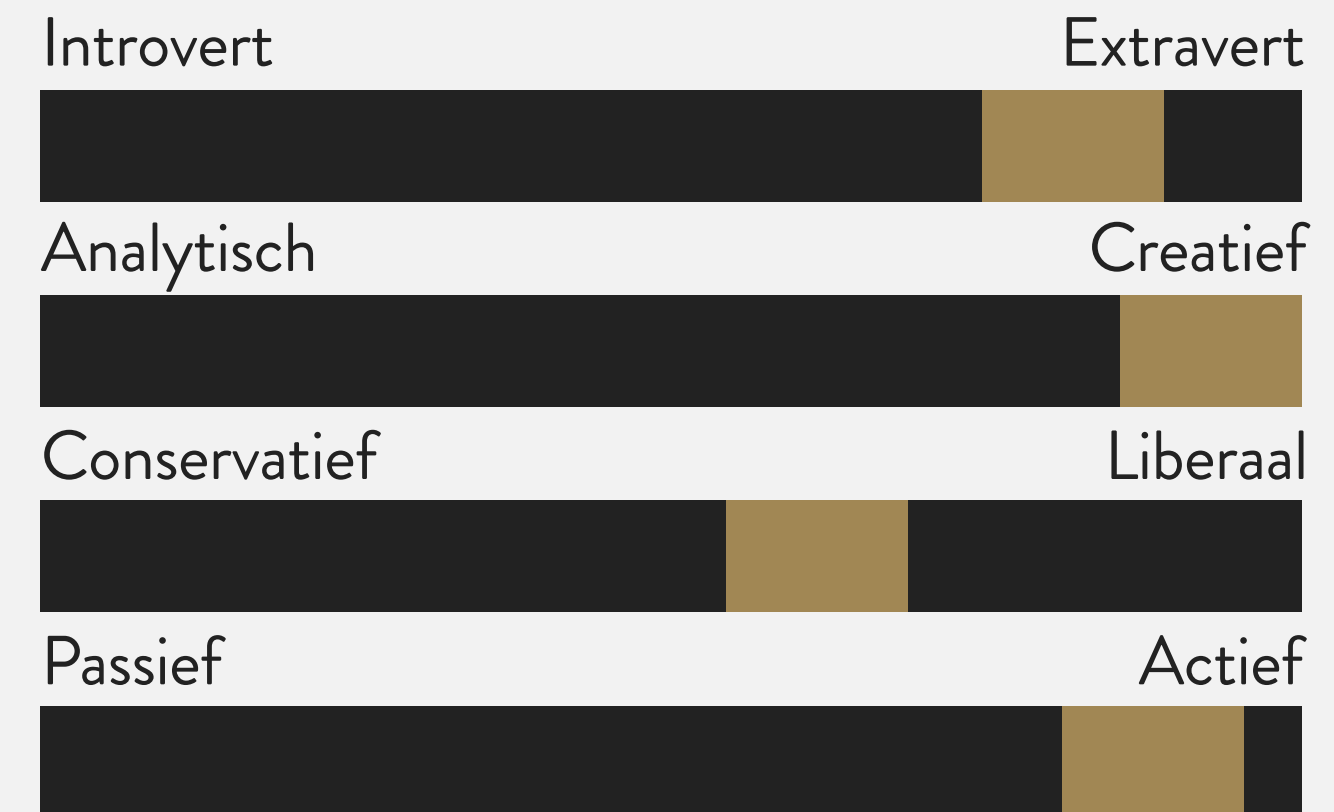
- Marvin proeft vaak verschillende soorten bier maar heeft nog geen favoriet.
- Marvin wil graag buiten het bierproeven één favoriete bier die hij elke avond drinken kan.

AMBITIES

- Marvin is altijd op zoek naar nieuw bier om te proeven, en moet nog een favoriet vinden.
- Marvin is erg creatief en wil positieve vibes doorgeven als muzikant zijnde.

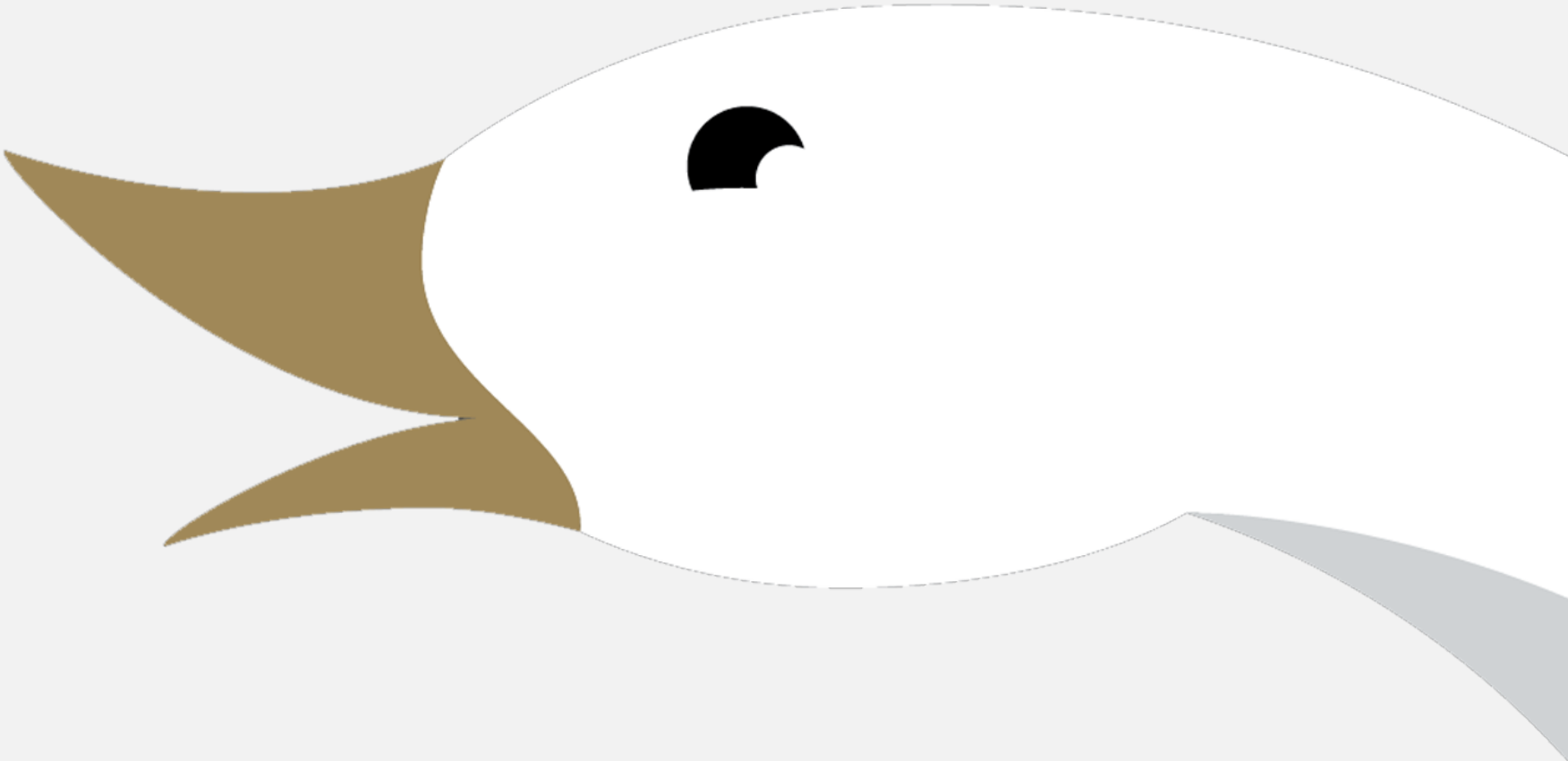


PERSOONLIJKHEID



STORYBOARD

De storyboard is het hart en ziel van je brand. Mijn doel hierin is de huidige staat van de consument uit te leggen en de toekomstige staat, om duidelijk te maken wat Goose Island voor hun zal betekenen. Om de storyboard te maken heb ik de template van de brand canvas aangehouden. *(Jake Nielson, 2016)*



HUDIGE STAAT

Er was eens...	Hij deed altijd...	Maar had altijd het problem...	Dit wilde hij oplossen...
Marvin Buckley	Bierproeven met vrienden in de avond, na zijn werk	Dat hij geen favoriete bier had, en op een gegeven moment bijna alles geproefd had	Door alle soorten bier te halen en te proeven bij winkels en bars

TOEKOMSTIGE STAAT

Maar hij wenst dat...	Tot opeens...	In tegenstelling tot zijn oplossing...	Werd zijn droom een realiteit...
Er één merk bier was die hij elke avond kon drinken, dus een favoriet	Hij een billboard van Goose Island tegenkwam onderweg naar werk	Leek Goose Island een goed alternatief om uit te proberen omdat ze veel smaken hebben en in zijn buurt een pub open is	Door Goose Island te vinden, alle smaken te proeven en uiteindelijk een favoriet gevonden te hebben

SYMBOLIEK

KLEURENPALET

Het opvallende aan Goose Island is dat er steeds een paar kleuren terugkomen met een mix van zwart-wit kleuren. Goose Island maakt uitstekend gebruik tussen het goud-donkergrijs contrast en dit zien we ook overal terugkomen.

Al eerder aangegeven bij de personality traits (pagina 3) ziet het kleurenpalet er refined en doordacht uit. Goose Island gaf zelf op de site aan dat het klasse wilde uitstralen, en dat gaat perfect samen met de gouden kleur. De goudkleur staat immers voor luxe en klasse.

Wat we ook regelmatig terug zien komen (bijvoorbeeld bij de logo's) is dat er heel vaak zwart en wit in terugkomen. Het wordt altijd of als primaire kleur of als secundaire kleur in iets gebruikt. Dit zorgt voor een zakelijke maar verfijnde uitstraling.

#FFFFFF

#1A1B1C

#2E2E2E

#A18154

TYPOGRAFIE

In totaal gebruikt Goose Island 3 verschillende lettertypen. Deze worden voor alles gebruikt, denk aan branding, website etc.

Beginnend bij MFRED, deze wordt voor alle titels gebruikt. Dit is een breed font maar gebruikt weinig spacing. Ook is het erg overzichtelijk en tijdloos en hangt dit perfect samen met hoe verfijnd Brandon Grotesque is. Het is onmogelijk om een titel met het MFRED lettertype over het hoofd te zien.

Zoals hierboven vernoemd, Brandon Grotesque, wordt bij alle paragrafen gebruikt. MFRED wordt als titel gebruikt en de paragraaf eronder wordt altijd in Brandon Grotesque geschreven. Dit lettertype is licht maar tegelijkertijd erg chic.

Founders Grotesque X-Condensed wordt voor oneliners gebruikt. Dus als iets geen paragraaf is en geen titel nodig heft, wordt Founders Grotesque gebruikt. Deze hebben we echter weinig terug zien komen in hun website en overige branding.

MFRED, A
THE QUICK WHITE GOOSE JUMPS
OVER THE LAZY DOG

Brandon Grotesque, **Aa**
The quick white goose jumps over
the lazy dog

Founders Grotesque X-Condensed, **Aa**
The quick white goose jumps over the
lazy dog

LOGO

Wat gelijk opvalt bij de logo van Goose Island is de perfecte samenhang met de rest van hun huisstijl. Zo wordt hetzelfde lettertype, huisstijl en kleurenpalet gebruikt. Ook wordt overal dezelfde gans teruggebracht die ook terug te vinden is in 'Goose Island'. Wat overduidelijk te zien is, is dat het allemaal direct aan elkaar gekoppeld kan worden, ookal ken je Goose Island nog niet.

Ook zijn er verschillende versies van de logo, verschillende kleurstellingen, een only-text logo, etcetera. We zien de logo met het gansje vooral terugkomen op hun producten, en de tekstuele logo komt voornamelijk terug op hun social media en website, waar mensen al kennis hebben gemaakt met de brand. Twee voorbeelden worden rechts weergegeven, één is een bierglas van Goose Island, waar de logo puur tekstueel is. De andere logo, met de gans wordt gebruikt voor branding en advertenties.



BEWUSTZIJN

Goose Island is vanuit zichzelf al heel erg actief als het op social media aankomt en heel betrokken als het op consumenten aankomt. De brand gebruikt Twitter bijvoorbeeld als communicateermiddel voor hun consumenten en plaatsen bijvoorbeeld foto's op Instagram. Ook gebruiken ze hun YouTube kanaal om bepaalde evenementen te aankondigen.

VERKOOP

Als het op verkoop aankomt, is Goose Island een van de beste in het branden. Ze hebben op al hun producten hun logo of naam staan, en hetzelfde geldt voor de werkkleding die ze in pubs dragen. Bij elke verkoop bouwen ze hun naam dus nog verder op. Rechts staan een paar korte voorbeelden.



BEZORGING

Via de website van Goose Island kun je eenvoudig producten reserveren. Het bier wordt klaargezet en bewaard tot de klant klaar is om het op te halen. Vervolgens wordt je vriendelijk geholpen door een medewerker in de pub en zo kom je weer in aanraking met een medewerker. (Goose Island, z.d.)

NA BEZORGING

Na de bezorging is het enige wat Goose Island hoopt dat de klanten terugkomen, het enige waar ze rekening mee kunnen houden is de houding tegenover klanten tijdens het bezorgen, en zo hopen ze dat na een prettige ervaring, de klant terugkomt voor een tweede ronde.

LITERATUURLIJST

BRONVERMELDING

Goose Island. (z.d.). *About*. Geraadpleegd op 15 april 2021, van <https://www.gooseisland.com/about>

Goose Island. (z.d.). *Events*. Geraadpleegd op 15 april 2021, van <https://www.gooseisland.com/events>

Goose Island. (z.d.). *Twitter*. Geraadpleegd op 15 april 2021, van <https://twitter.com/gooseisland>

Goose Island. (z.d.). *Instagram*. Geraadpleegd op 15 april 2021, van <https://www.instagram.com/gooseisland/>

Wikipedia-bijdragers. (2020, december 16). *Goose Island (brouwerij)*. Geraadpleegd op 16 april 2021, van [https://nl.wikipedia.org/wiki/Goose_Island_\(brouwerij\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Goose_Island_(brouwerij))

Nielson, J. (2018, 10 augustus). *The Brand Canvas - How To Create and Communicate A Compelling Brand*. Ignition Framework. Geraadpleegd op 15 april 2021, van <https://www.ignitionframework.com/the-brand-canvas-how-to-create-and-communicate-a-compelling-brand/>

Van Pierce, J. (z.d.). *Goose Island Beer Co. / Identity*. Geraadpleegd op 16 april 2021, van <http://vanpierce.com/american-heart-association-identity-1>