

Brand style

Guidelines



Inhoud

01 Origination

Brand overview	01
Tone of voice	02
Brand voice	03

02 logo

Logo	04
Meaning	05
Structure	06
exclusion zone	07
Size	08
To place	09
Alternative	10
Logo on backgrounds	11
Logo on images	12
Use prohibited	13

03 Colour

About	14
-------------	----

04 Typography

About	15
-------------	----

05 Stationary

Business card	16
Letterhead	17
Envelope	18
Full stationary	29

06 Content strategy

Target audience	20
REAN model	21
Media use	22
Planning	24
SEO	26

Welkom

Dit document heeft als functie om ervoor te zorgen dat theater Blik consistent en succesvol gerepresenteerd wordt in alle media platformen.

Theater Blik is een theatergezelschap dat verhalen vertelt door middel van intense, emotionele theaterstukken. Het gezelschap legt de nadruk op herinneringen, zowel pijnlijk als mooi, en wil deze tastbaar en zichtbaar maken op het podium. Theater Blik werkt vanuit Amersfoort, Leusden en Woudenberg. Ze begonnen met theatersport maar focussen nu op diepgaandere producties, waarbij ze mensen willen raken door herkenbare en aangrijpende verhalen.



01

Origination

- Brand Overview..... 01
- Tone of Voice..... 02
- Brand Voice..... 03

Brand Overview

Missie

Bij Theater Blik is het onze missie om persoonlijke moeilijkheden op een speelse manier te delen. We gebruiken humor en luchtigheid om uitdagingen te verkennen en creëren voorstellingen die authentieke verbindingen bevorderen en kwetsbaarheid omarmen met vreugde.

Visie

Onze visie is om theater te creëren dat het publiek helpt schoonheid te vinden in het omarmen van hun uitdagingen. Via personages die veerkracht en luchtigheid tonen, inspireren we tot reflectie en verbinding. We willen een ruimte bouwen waar lachen en empathie de gemeenschap bevorderen, en waar we de veerkracht van de menselijke geest en de kracht in de beproevingen en triomfen van het leven vieren.

Kernwaarden

Onze kernwaarden weerspiegelen de missie van Theater Blik om persoonlijke moeilijkheden op een speelse manier te delen:

- **Reflectie:** We geven prioriteit aan reflectie, waarbij we zelfbewustzijn en doordachte betrokkenheid bij onze persoonlijke verhalen aanmoedigen, en theater gebruiken als een spiegel om de uitdagingen van het leven te verkennen.
- **Kwetsbaarheid:** We omarmen kwetsbaarheid en creëren een veilige en speelse ruimte waar persoonlijke moeilijkheden met openheid en authenticiteit kunnen worden uitgedrukt.
- **Verbinding:** We bevorderen betekenisvolle verbindingen door mensen te verenigen via gedeelde ervaringen, en empathie en begrip aan te moedigen in een ondersteunende omgeving.
- **Perspectief:** We waarderen diverse perspectieven en erkennen de kracht van verschillende gezichtspunten om ons begrip te verbreden en nieuwe inzichten te ontketenen.

Deze kernwaarden belichamen waar Theater Blik voor staat en begeleiden ons bij het creëren van een ruimte voor expressie, genezing en groei door de kunst van het theater.

Tone of Voice

De Tone of Voice voor Blik moet natuurlijk en soepel zijn, met een focus op professionaliteit, reflectie en uitnodigende taal. De boodschap moet duidelijk blijven, zonder ingewikkeld of moeilijk begrepen te worden.

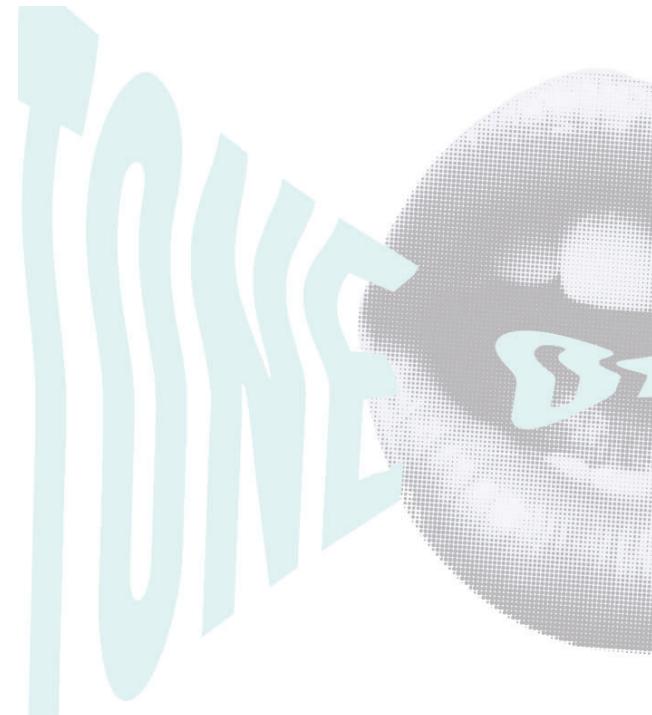
Het is belangrijk om een goede balans te vinden tussen speelsheid en diepgang, zodat het publiek zich aangesproken voelt.

Een consistente stijl in alle communicatie versterkt Blik's identiteit en maakt het herkenbaarder voor het publiek.

Hoewel de toon informeel en uitnodigend mag zijn, moet er altijd een zekere mate van respect en professionaliteit aanwezig zijn. Vermijd taal die verkeerd begrepen kan worden of ongepast lijkt.

Houd altijd rekening met de context van de communicatie. Informele en speelse uitingen passen bij campagnes en promoties, terwijl formele communicatie soms een meer serieuze, doordachte toon nodig heeft.

Zorg ervoor dat uitspraken en speelse elementen altijd passen bij de kernwaarden van Blik. Blijf trouw aan het authentieke karakter van het theater, waar emotie en inspiratie centraal staan, zonder het professionele aspect uit het oog te verliezen.



“Spreken is zilver, zwijgen is goud, spelen is BLIK!”

Brand Voice

Genuine

Bij Theater Blik is authenticiteit niet slechts een woord, maar de basis van alles wat ze doen. Hun passie voor het creëren van theatervoorstellingen is diepgeworteld, en ze putten altijd uit de verhalen die het publiek met de performers deelt. Op deze manier bieden ze hun bezoekers een onvergetelijke avond!

Inclusive

Sommigen zien theater misschien als iets alleen voor de rijken, maar dat is niet het geval bij Theater Blik. Met hun ontroerende verhalen en voorstellingen zorgen ze ervoor dat ieders emoties worden geraakt. Het is een zeer inclusieve ruimte, omdat ze verhalen opvoeren die door het publiek zelf worden gedeeld. Bij Theater Blik vind je je thuis!

Positive

Bij Theater Blik heerst altijd een zeer positieve sfeer, omdat ze de moeilijkere aspecten van het leven van het publiek op een speelse manier willen presenteren. Dit zorgt ervoor dat de positieve vibe altijd behouden blijft bij Theater Blik.

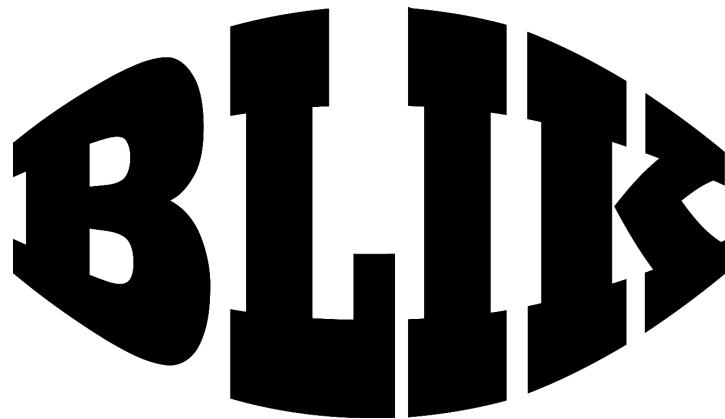
02

Logo

Logo.....	04
Meaning.....	05
Structure.....	06
exclusion zone.....	07
Size.....	08
To place.....	09
Alternative.....	10
Logo on backgrounds.....	11
Logo on images.....	12
Use prohibited.....	13

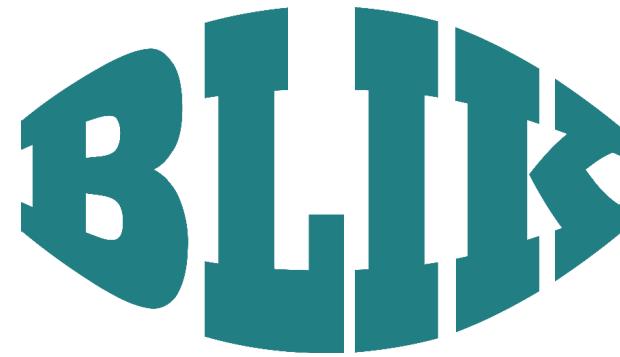
Logo

We weten allemaal dat een logo een van de belangrijkste aspecten van een bedrijf/organisatie is. Daarom moet dit logo op een zeer professionele manier worden gemaakt, zodat het het bedrijf/organisatie aanspreekt



Meaning

Blik betekend oog, kijken, zien en inzicht. De combinatie van een oog en het woord "blik" vormen samen dit logo. Dit is dus een combinatie logo van een woord- en abstract logo.



Abstract mark



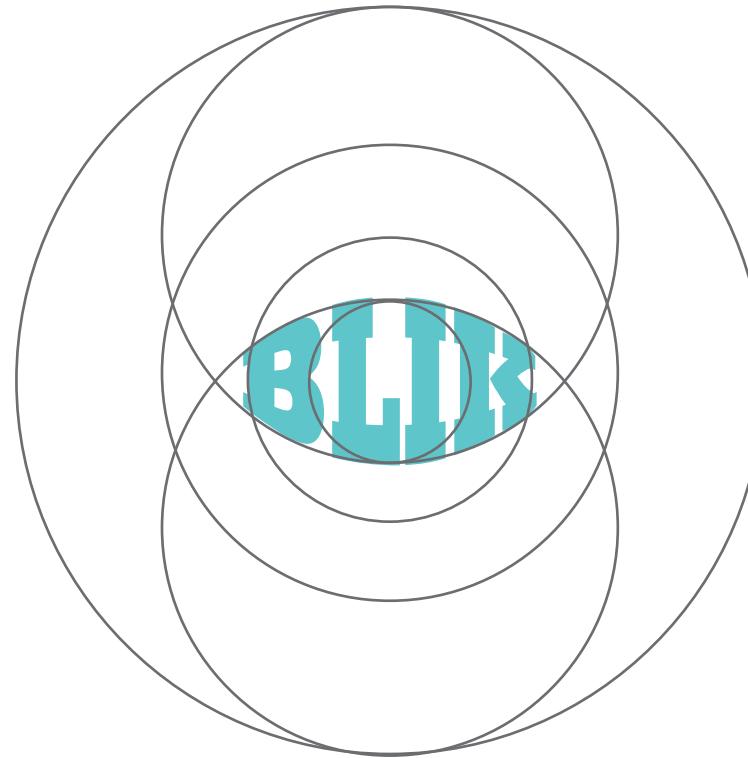
Wordmark



Combination
mark

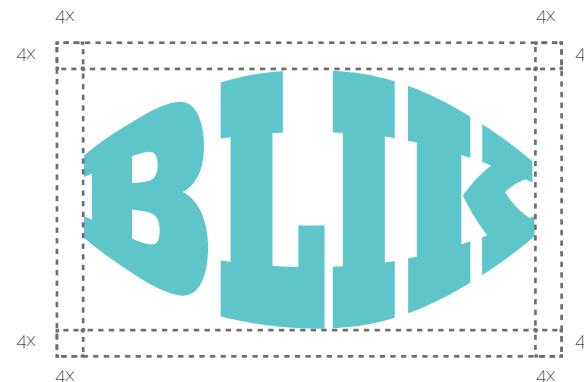
Structure

Het symboolrooster is gebaseerd op de regels van de gulden snede, wat het symbool perfect in balans maakt.



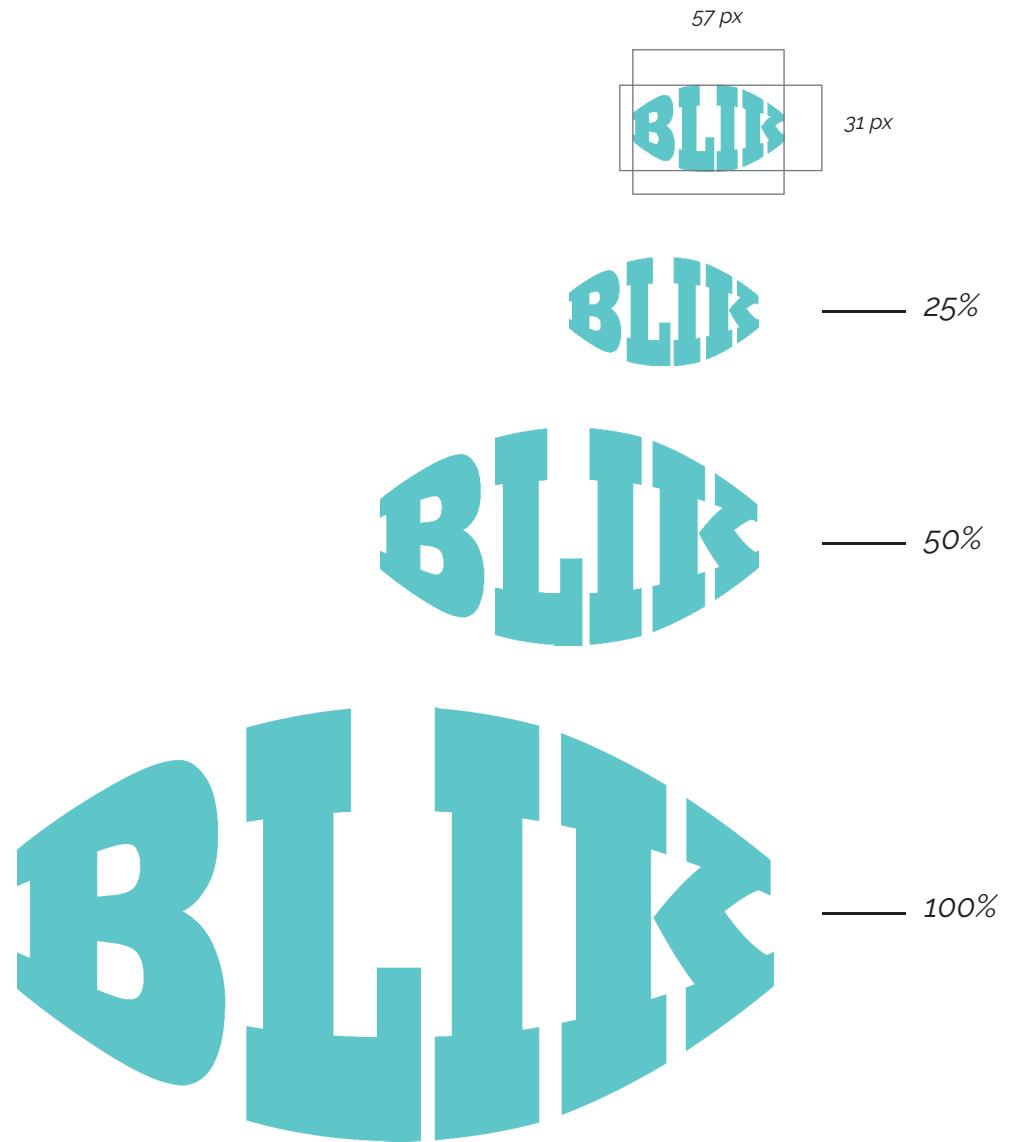
Exclusion zone

De uitsluitingszone houdt in dat er een ruimte van 4x rondom dit logo moet worden vrijgelaten. Het gebruik van grafische elementen binnen deze 4x is verboden. Alles binnen deze 4x gebruiken zal de brand guidelines schenden.



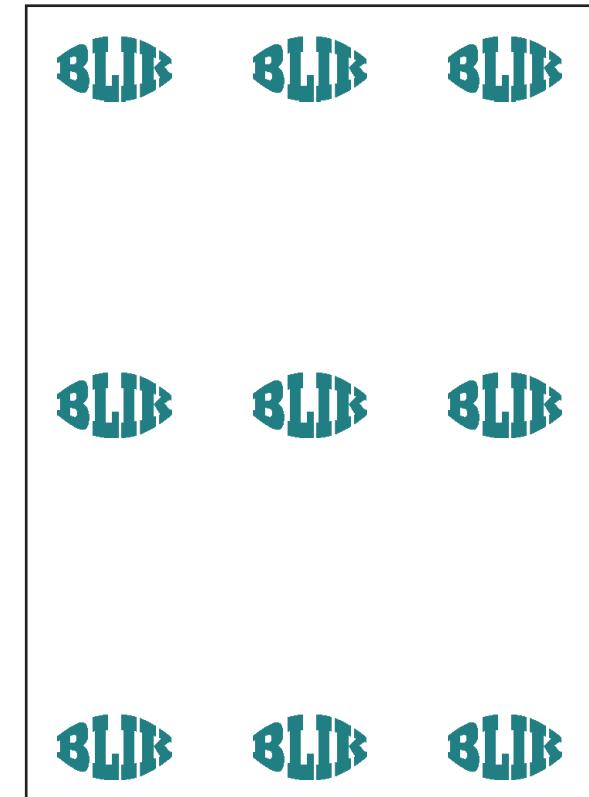
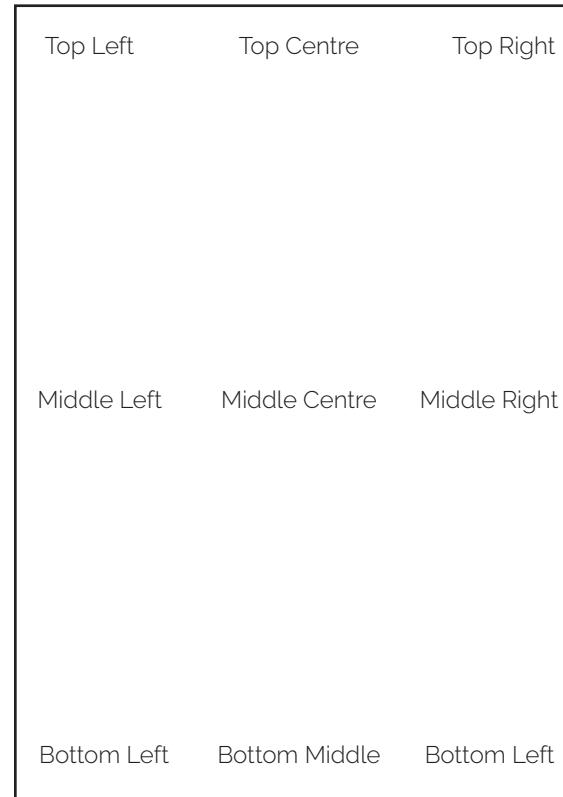
Size

Het “Blik” logo mag niet worden gebruikt op afmetingen kleiner dan 57 x 31 pixels (in print of op het web) om de leesbaarheid te waarborgen. Als het logo kleiner dan 57 x 31 pixels wordt gebruikt, zal het zijn helderheid en schoonheid verliezen



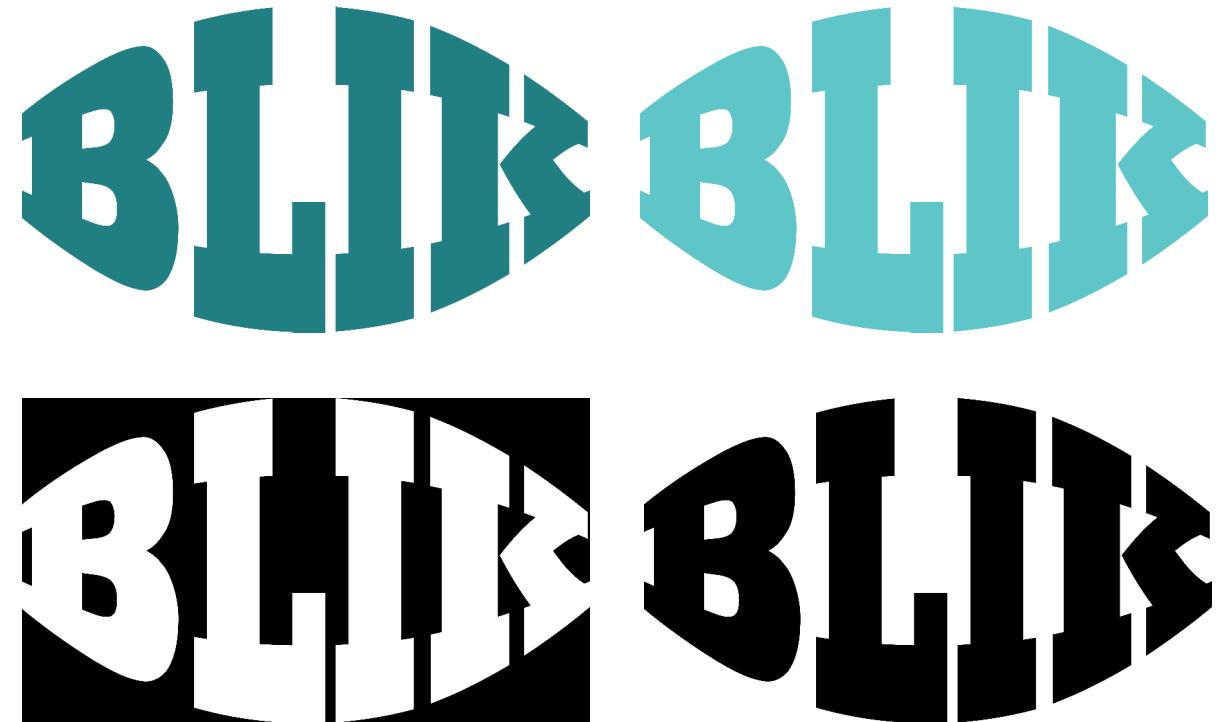
To place

Het logo mag niet zomaar overal op de pagina worden geplaatst. Het logo kan zijn structuur verliezen als het willekeurig wordt gebruikt.



Alternative

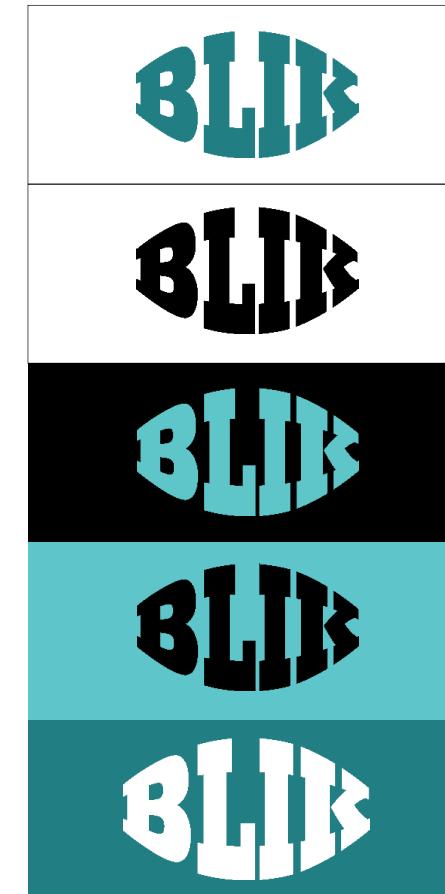
Omdat dit een combinatie logo is van beeld én woordmerk, zijn er geen alternatieven. Er is een logo zonder extra bijbehorende tekst. De enige alternatieven zijn de kleuren.



Logo on Backgrounds

Het “Blik” logo wordt weergegeven met een opvallende kleurencombinatie op een andere achtergrondkleur.

Dit geeft een idee van hoe het “Blik” logo eruitziet op verschillende achtergronden.



Logo on Images

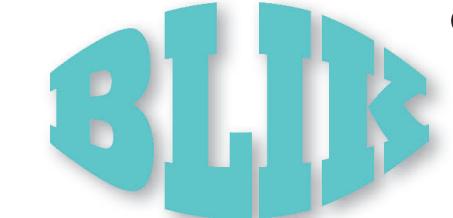
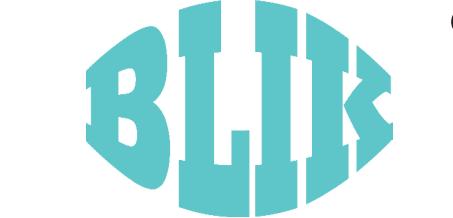
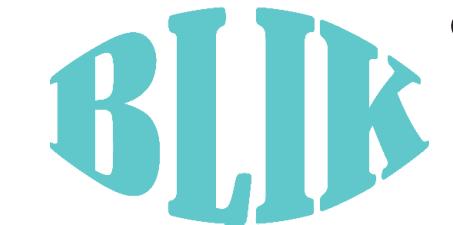
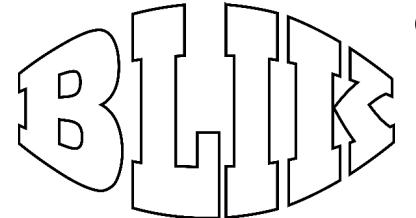
Wees voorzichtig bij het plaatsen van logo's op verschillende afbeeldingen. Het is het beste om het logo niet te gebruiken op plekken waar de kleur van het logo overeenkomt met de afbeelding en onduidelijk is.

Bij het plaatsen van het logo op de afbeelding, kies een duidelijke locatie. Kies ook een volledig gescheiden gebied van de kleur van het logo in de afbeelding



Use prohibited

- ① Do not change brand colours.
- ② Do not change the typeface.
- ③ Do not warp the logo.
- ④ Do not squeeze the logo.
- ⑤ Do not use strokes.
- ⑥ Do not use drop shadow.





03

Colour

About 14

About

Genuine

Het "blik" logo is ontworpen in een combinatie van 4 kleuren: zwart, wit, jade jewel en sea serpent.

De kleur Jade Jewel is gekozen voor de branding vanwege de rijke, diepe blauwe tint die staat voor groei, harmonie en stabiliteit. Jade wordt vaak geassocieerd met wijsheid en bescherming, wat goed past bij de kernwaarden van "blik".

Not Black	Jade Jewel	Sea Serpent
HEX Code #1d1f1f	HEX Code #1e7e85	HEX Code #5ebfbc
RGB 29 31 31	RGB 30 126 133	RGB 94 191 188
CMYK 76 65 60 80	CMYK 81 29 42 14	CMYK 62 0 31 0
90%	90%	90%
70%	70%	70%
50%	50%	50%
30%	30%	30%
10%	10%	10%

04

Typography

About 15

About

Ubuntu is helder en heeft een impactvolle uitstraling. Door zijn krachtige en herkenbare verschijning wordt de aandacht van de lezer meteen getrokken voor koppen.

Ubuntu komt uit de Afrikaanse filosofie en het betekent "Ik ben omdat wij zijn." Dit komt goed overeen met "**Blik**" omdat dit een terugspeel theater is.

Het Raleway-lettertype is leesbaar en veelzijdig. Het heeft een strak en modern uiterlijk, waardoor gebruikers de inhoud gemakkelijk kunnen lezen en begrijpen.

Ubuntu

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Raleway

Aa

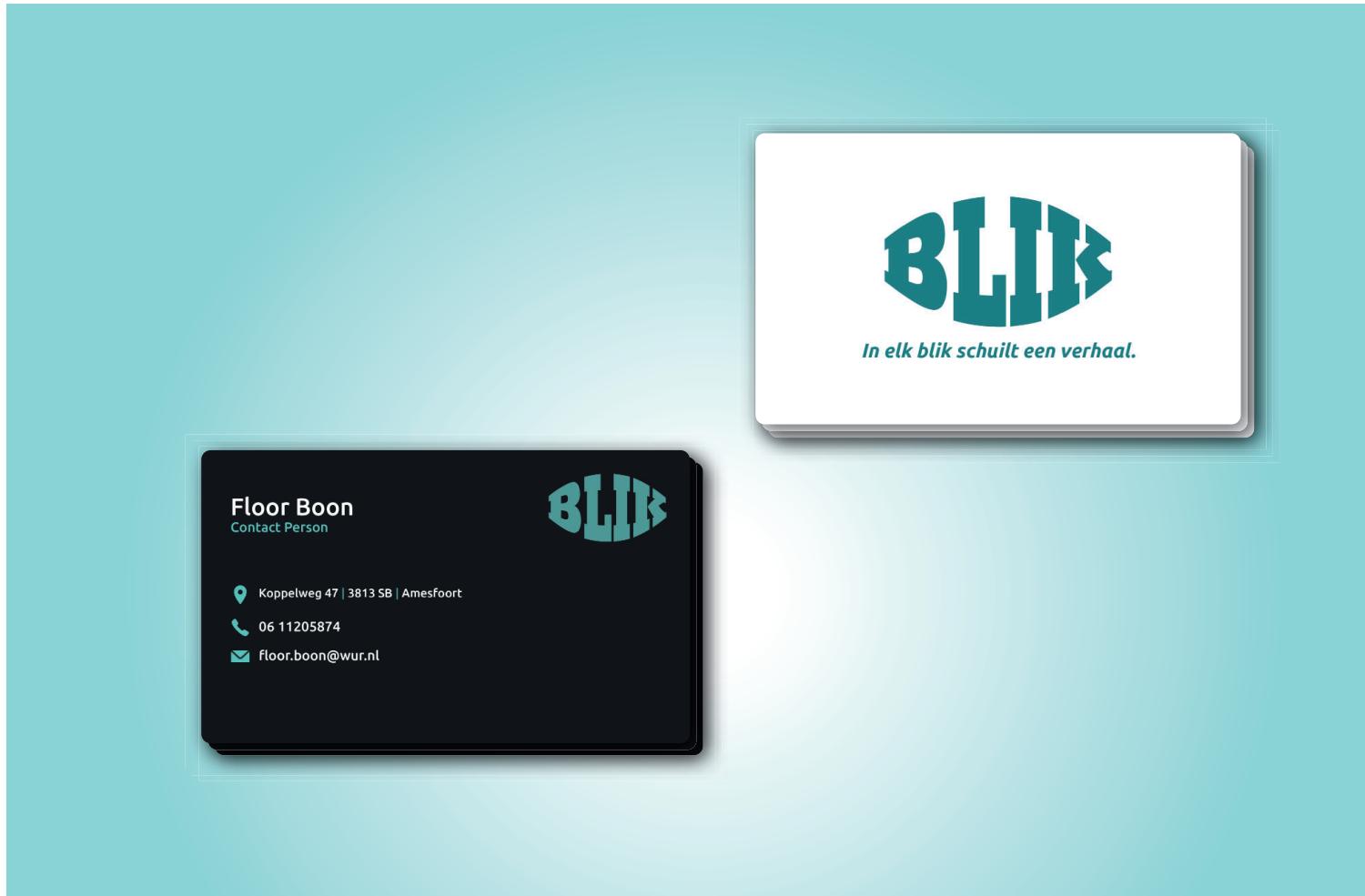
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

05

Stationary

Business card	16
Letterhead	17
Envelope	18
Full stationary	19

Business card



Letterhead



Envelope



Full stationary



06

Content strategy

Target audience	20
REAN model	21
Media use	22
Planning	24
SEO	26

Target audience



Pieter

Bedrijf manager

Leeftijd 45

Situatie Getrouwde

Hobby's Golf
Padellen
Lezen

Persoonlijkheid

"Ik hou ervan om mensen op te leiden en bij elkaar te brengen, maar elkaar begrijpen is vaak nog een valkuil."

Achtergrond

Pieter groeide op in een familiebedrijf en werd al jong aangemoedigd om verantwoordelijkheid te nemen. Ondanks zijn carrière worstelt hij soms met de druk en verwachtingen, en voelt hij dat er iets ontbreekt op een dieper niveau.

Motivatie

Pieter zoekt balans tussen werk en gezin, en wil persoonlijke interesses en culturele ervaringen die zijn emotionele welzijn ondersteunen en hem diep raken.

Pieters dagelijks leven draait om balans tussen werk en gezin. Hij zoekt tijd voor persoonlijke interesses en culturele uitstapjes die zijn emotionele welzijn ondersteunen en hem diep raken.

Pains & Gains

Pains

- Elkbaar begrijpen is een hele klus.
- Veel druk op de werkvlloer.
- Voelt dat er iets ontbreekt.

Gains

- Houdt ervan om te verbinden met mensen.
- Vindt het leuk om met werk naar teamwerk sessies te gaan.
- Theater geeft hem voldoening en visie.

Levensstijl

Pieters dagelijks leven draait om balans tussen werk en gezin. Hij zoekt tijd voor persoonlijke interesses en culturele uitstapjes die zijn emotionele welzijn ondersteunen en hem diep raken.

Social Media Platforms



Business Audience

Private Audience



Emma

Drama docent

Leeftijd 37

Situatie Samenwonend

Educatie Bachelor

Persoonlijkheid

"Ik heb een passie voor theater en drama, maar soms mist er een diepgaande betekenis die mensen samen brengt."

Achtergrond

Emma is opgegroeid in een cultureel gezin en werd al jong meegenomen naar theaters en musea. Haar passie voor theater ontstond op de middelbare school, waar ze actief was in theaterproducties en uiteindelijk drama studeerde.

Motivatie

Ze zoekt naar voorstellingen die haar emotioneel raken en waar ze iets van kan leren. Ze houdt ervan als theater haar aan het denken zet en tegelijkertijd vermakelijk is. Het idee dat ze iets diepgaands ervaart, is voor haar cruciaal.

Pains & Gains

Pains

- Diepgang mist binnen haar omgeving
- Wilt graag mensen verbinden via theater.

Gains

- Houdt van diepe verhalen.
- Heeft veel passie voor cultuur en kunst.
- Theater geeft voldoening en motivatie.

Levensstijl

Ze leidt een sociaal en cultureel actief leven en houdt ervan om nieuwe kunstvormen te ontdekken. Emma is betrokken bij de lokale theatergemeenschap en neemt deel aan workshops en evenementen die haar horizon verbreden.

Social Media Platforms



REAN model

Reach

Het vergroten van de bekendheid van Theater Blik bij doelgroep.

- Sociale media.
- Nieuwsletter.
- Mond op mond reclame.

KPI: Websiteverkeer, bereik van social media-campagnes, aantal vertoningen en aantal views van trailer.

Engage

Het publiek betrekken met Theater Blik door ze te laten interacteren met de inhoud.

- Korte trailers met emotionele impact.
- Speelse social media posts.
- Advertenties gericht op bedrijven.

KPI: Aantal likes, shares en reacties op sociale media. Aantal 'click-through rate' van HR advertenties en tijd die op de website wordt doorgebracht

Activate

Het publiek aanzetten tot actie.

- E-mail marketing met een duidelijke call-to-action voor ticketverkoop of het boeken van HR-workshops.
- Social media advertenties gericht op retargeting.
- Een makkelijk en duidelijke "koop nu" functie.

KPI: Aantal verkochte tickets en aantal HR-workshop geboekt.

Nurture

Relaties met klanten onderhouden en zorgen dat ze terugkomen voor meer voorstellingen of workshop.

- Vervolgverhalen of behind-the-scenes content van eerder bezochte voorstellingen.
- Persoon berichten naar bedrijven die eerder HR-sessies hebben geboekt, met suggesties voor vervolgtrajecten.
- Loyaliteitsprogramma's of kortingen voor trouwe bezoekers.
- Nieuwsbrieven met aankondigingen van nieuwe voorinstellingen.
- Na voorstellibgen of workshops klanttevredenheids onderzoeken uitvoeren.

KPI: Klanten retentie (hoeveel komen terug?), klanttevredheidscijfer, aantal herhaalaankopen van tickets of boekingen voor workshops.

Media use

Dagelijks tijdgebruik van sociale media in uren

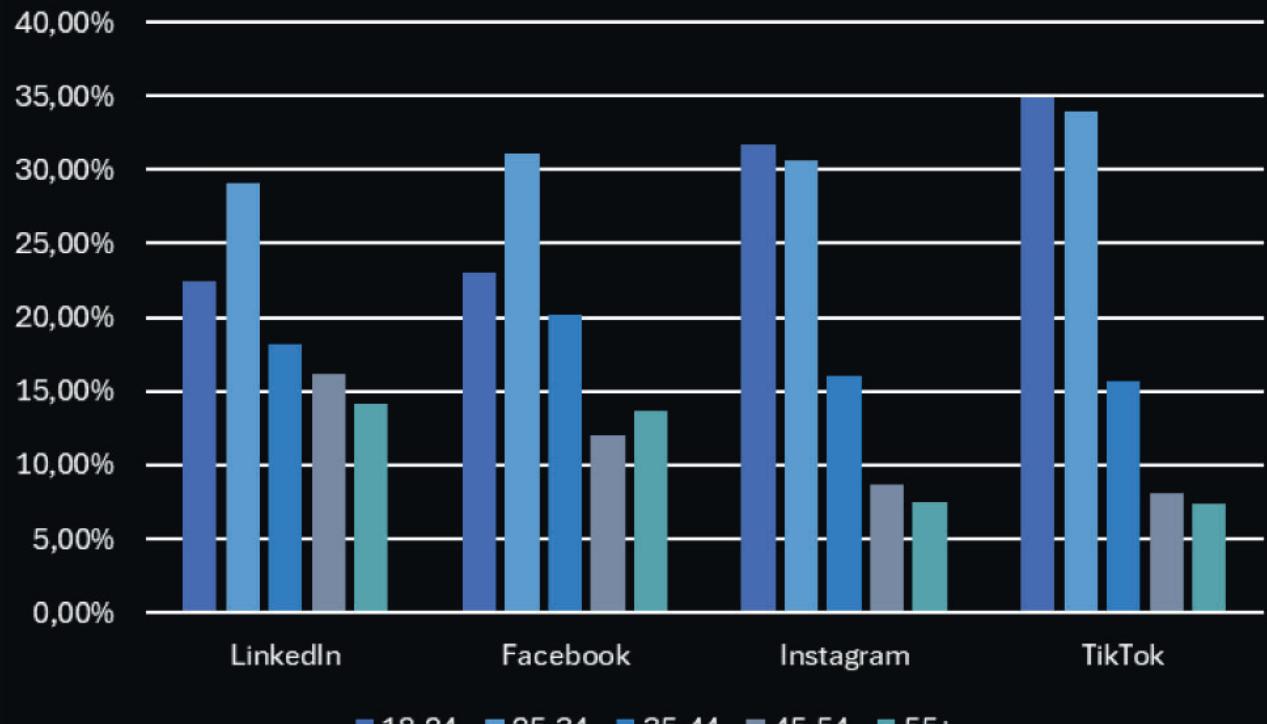
Hieruit kan afgeleid worden dat de doelgroep van "blik" voornamelijk 30-40 jarige best wel veel op sociale media zitten, dit betekent dat het duidelijk nut heeft om te promoten op sociale media.



Source: datareportal.com

Media use

Uit de grafiek is te zien dat Facebook en Instagram de beste platformen zijn om te gebruiken omdat hier de meeste mensen uit de doelgroep op zitten.

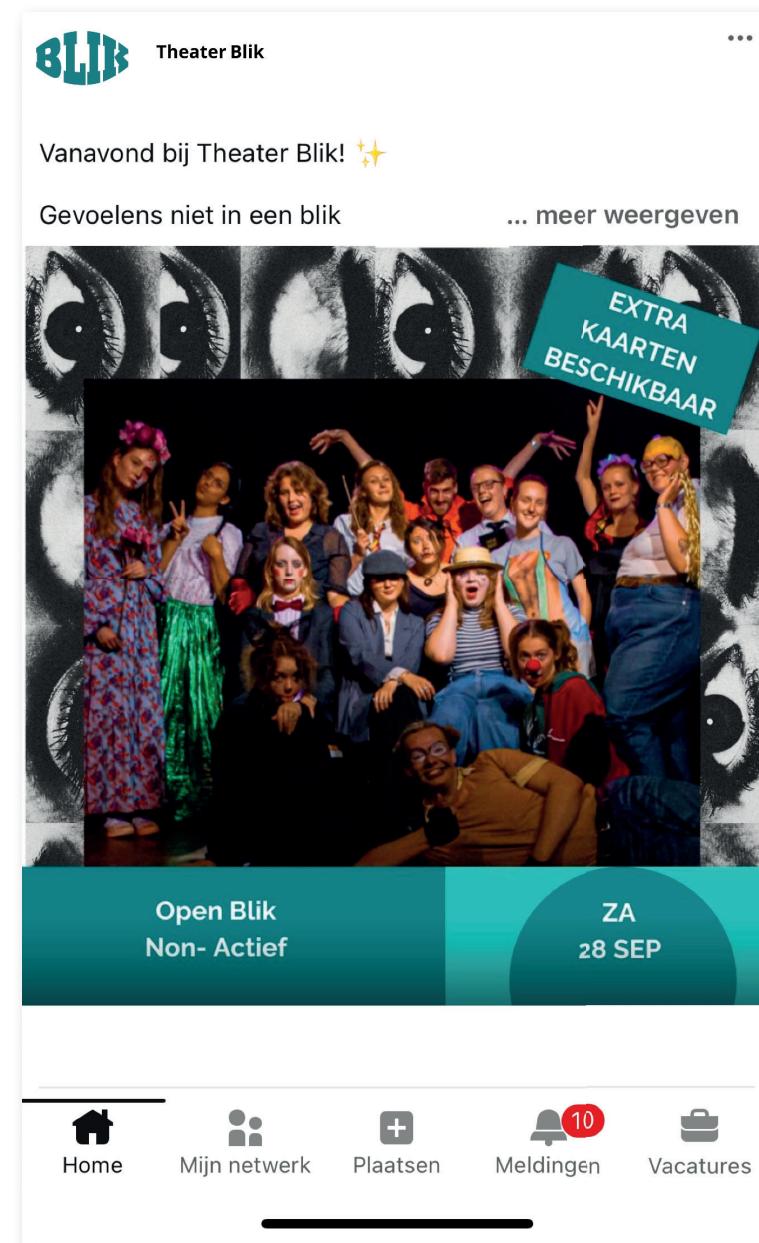


Source: statista.com

Planning

Het beste moment om te posten op LinkedIn is op woensdag, 12 uur 's middags, dan hebben de meeste mensen pauzen en checken ze LinkedIn.

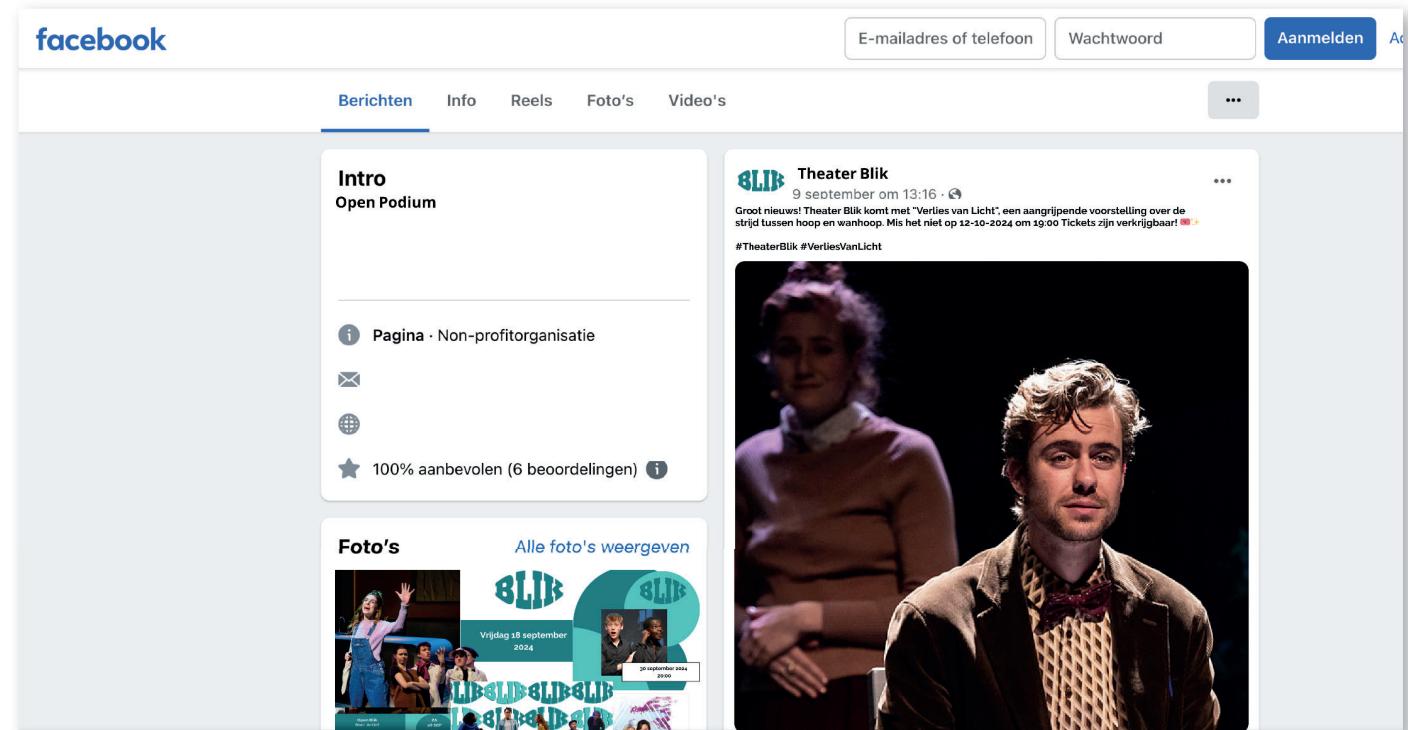
Source: [Socialpilot.co](https://www.socialpilot.co)



Planning

Het moment om op Facebook informatie te plaatsen over opkomende events is op een vrijdag middag, tussen 17:00-18:00 omdat het weekend is begonnen en veel mensen checken op dit moment Facebook.

Source: [Socialpilot.co](#)



SEO

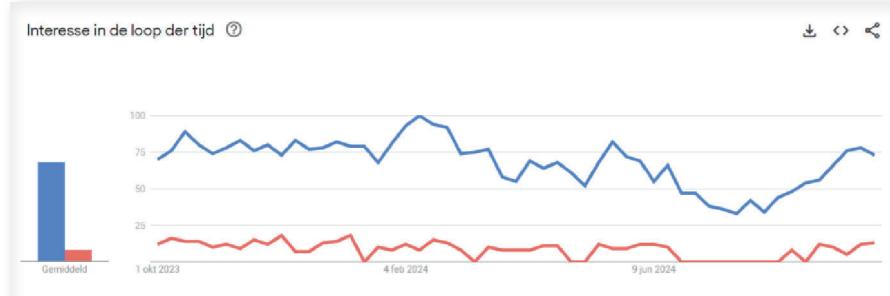
Search Engine Optimisation

Om de online vindbaarheid van Theater Blik te verbeteren, is het belangrijk dat de website geoptimaliseerd wordt voor zoekmachines, zoals Google. Een hogere positie in de zoekresultaten zorgt ervoor dat meer mensen de site kunnen vinden. Dit kan leiden tot meer bezoekers en potentiële klanten, en werkt eigenlijk als gratis reclame.

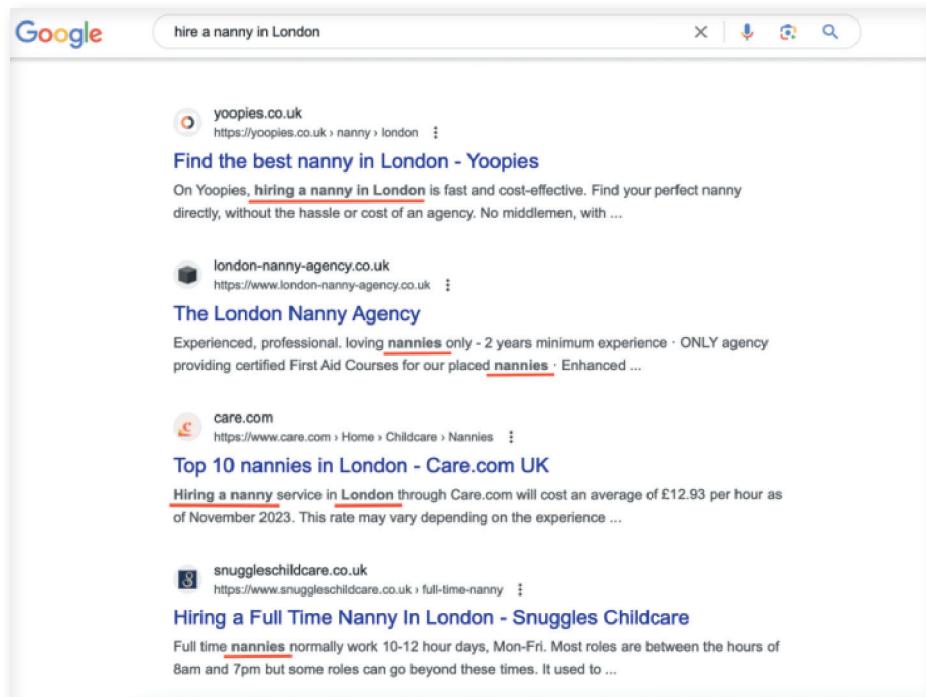
Tactiek

- Zorg voor goede passende titels, gebruik zo b.v theater en niet voorstelling, theater heeft een veel breder bereik zoals af te leiden uit de grafiek.
- Gebruik meta tags binnen de website dit zorgt ervoor dat de site beter te vinden is zoals theater, emotionele theater(s), inclusief, Amersfoort, en HR-sessies.
- Maak gebruik van de meta beschrijving functie binnen HTML, dit zorgt ervoor dat de website makkelijker gevonden wordt door zoek queries, zorg ervoor dat deze ook consequente steekwoorden bevatten zo kan de site veel beter gevonden worden.
- Alhoewel het een playback-theater is, ben voorzichtig met het gebruiken hiervan. Playback theater word bijna niet opgezocht, het mag worden beschreven binnen de site maar zet dit niet in de titel of beschrijving.

(Source: [Google Trends](#))



Source: [Google trends](#)



Source: [Seranking.com](#)





Sara Bais
Danlylo Westheim
Quiten van Caspel
Yagmur Karabulut