

Indholdsfortegnelse

Link til landing page	1
Styleguide for, Bog & idé's kampagne fra Bog til Træ.....	2
Udvikling og implementering af design	8

Link til landing page

http://younesp.dk/Projekt-landingpage/?fbclid=IwAR1QsgwG-1g-Ih7mym3CBYRC8j3AWrRX93g2_DOS9N1FgmAWKchCqY2VfRY

19.11.2020

Mul B, gruppe 1

Alexandra Balyka, William Macallen, Marlene Olsen, Younes Piskarczyk

Styleguide for, Bog & idé's kampagne fra Bog til Træ.

Bog&idé

- Standart Bog & idé tekst logo

Bog til træ

- Kampagne tekst logo

Med denne kampagne ønskes der at skabe fokus på hvilken effekt træer har på de globale klimaforandringer, samt de lokale klimaproblemer vi har i Danmark. Medmere ønskes der at skabe opmærksomhed omkring hvilke fordele der er ved at læse fysiske bøger fremfor at lytte til lydbøger eller læse e-bøger. Ved at tage udgangspunkt i FN's verdensmål bliver der skabt et genkendeligt grundlag for kampagnen, i og med at mange allerede er kendte med verdensmålene, enten kender dem alle eller kender cirklen som broche, som mange politikere blandt andet går med. Derfor kan både cirklen og det egentligt logo for klimamål 13 bruges, begge ses nedenfor.



19.11.2020

Mul B, gruppe 1

Alexandra Balyka, William Macallen, Marlene Olsen, Younes Piskarczyk

Udover det almindelige tekstlogo (ses ovenfor) og kampagnen tekst logoet (ses ovenfor) benyttes der i kampagnen også et Bog & idé logo hvor kampagnen er inkorporeret.

De tre nye logoer benyttes for at gøre det klart for forbrugeren hvad det handler om, logoerne er lavet på en måde så man ikke er i tvivl om at det er Bog & idé der er hovedaktørerne. Bog & idé logo er let genkendeligt, til dels på grund selve logoet og dels på grund af synligheden af det i danskernes hverdag. Derfor gav det god mening ikke at lave et helt nyt logo, men blot at inkorporere kampagnen i det allerede eksisterende logo. Da kampagnen hedder Bog til Træ har logoet fået et træ ind, dette er igen med til at gøre det klart for forbrugeren hvad kampagnen handler om.

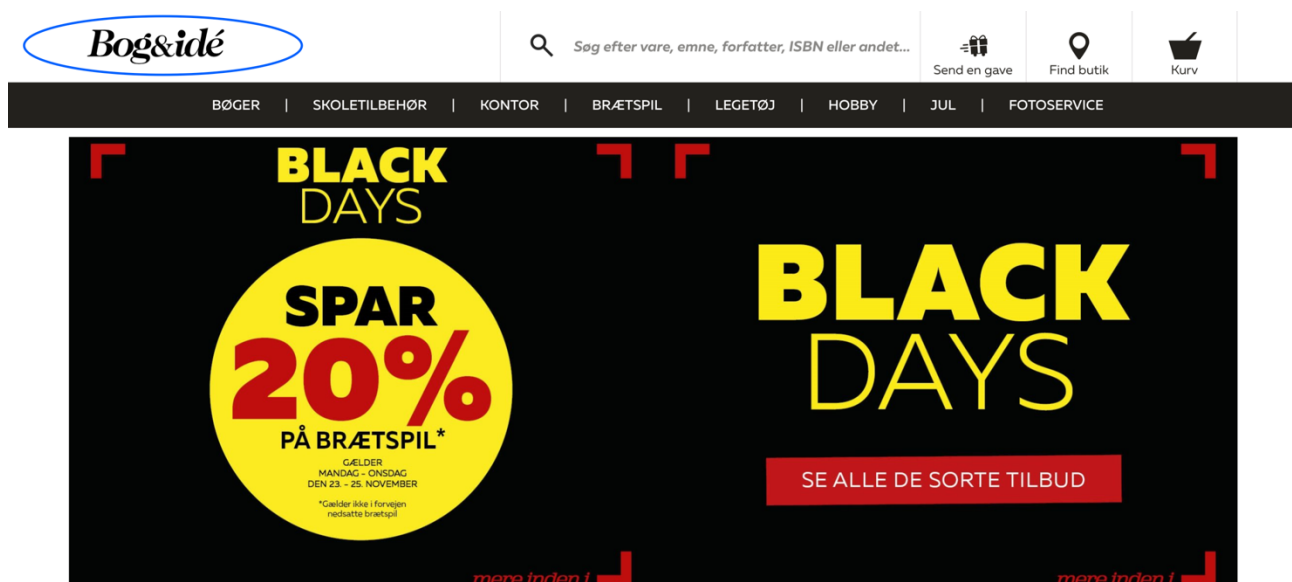


- Bog & idé med kampagne

Guide til brug af logoerne

Det almindelige tekst logo for Bog & Idé skal altid benyttes som det primære logo på hjemmesiden, benyt det øverst i venstre hjørne.

Som det ses her på Bog & idé's hjemmeside.



19.11.2020

Mul B, gruppe 1

Alexandra Balyka, William Macallen, Marlene Olsen, Younes Piskorzcyk

Kampagne tekst logoet er skal benyttes som det sekundære logo på hjemmesiden, på mulige kampagne merchandise i fremtiden vil dette logo benyttes fremfor det almindelige tekst logo. Dette logo skal benyttes hvis der er tale om printet materiale.

Til alle medarbejdere i Bog & Idé Lyngby

Vi glæder os i denne tid, da det er ved at være kampagne tid og så skal vi sammen tjene penge så vi kan få plantet noget skov.

I anledning af kampagnen er ledelsen i gang med at planlægge en skovtur, så sæt kryds i kalenderen den 10. april 2021.

Hold gejsten oppe og sælg nogle bøger

Bog til træ



- Her ses øverst til venstre en måde hvorpå en mail til medarbejderne kunne se ud, her benyttes logoet som et vandmærke. De tre øvrige billeder er eksempler på merchandise som er på tegnebrættet – dette for at understrege brugen af netop dette logo.

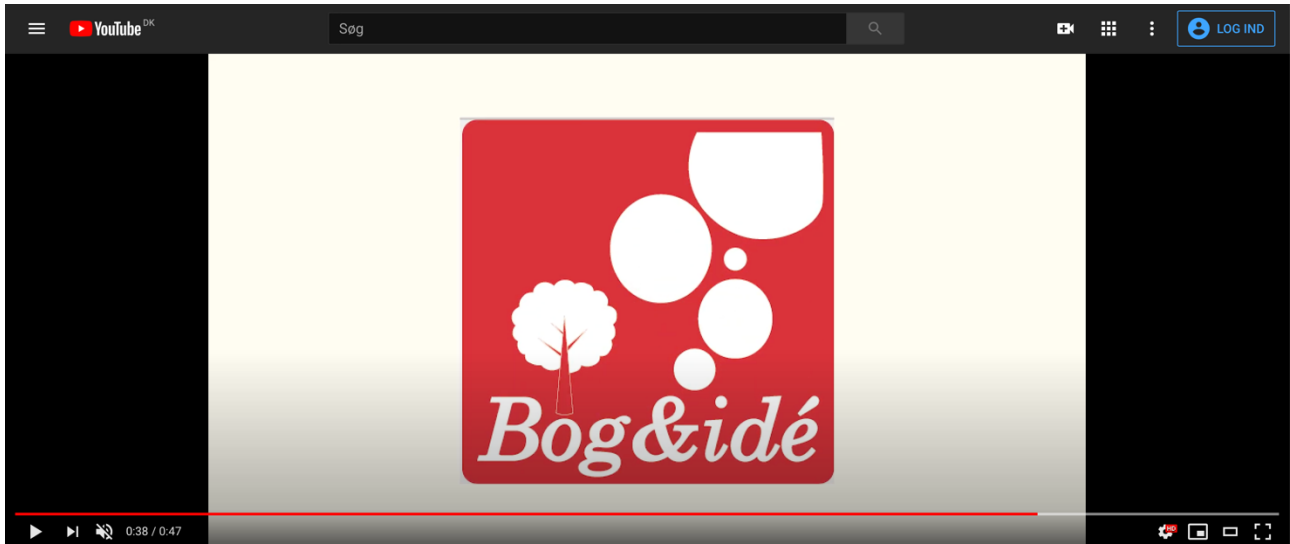
19.11.2020

Mul B, gruppe 1

Alexandra Balyka, William Macallen, Marlene Olsen, Younes Piskarczyk

Bog til Træ logoet vil benyttes til andet materiale der omhandler kampagnen, her er det vigtigt at man tænker over synligheden. Er det vigtigt at der skabes en hurtig synlig kontakt, som i kampagne videoer eller andet SOME, vil det være dette logo der skal bruges.

Som ses her i en kampagne video



Logoerne fra FN er lånt og derfor vigtigt at de kun benyttes i forbindelse med tekst der omhandler verdensmålene ellers henvises der til de overstående logoer. Her ses klimamål nr. 13 logoet i forbindelse med at der oplyses om netop FN's verdensmål, her er logoet opsat meget tæt sammen med tekst der præcis forklarer hvad det handler om og derfor er det ikke vigtigt at kunne se det på cirklen. Det handler om synlighed.

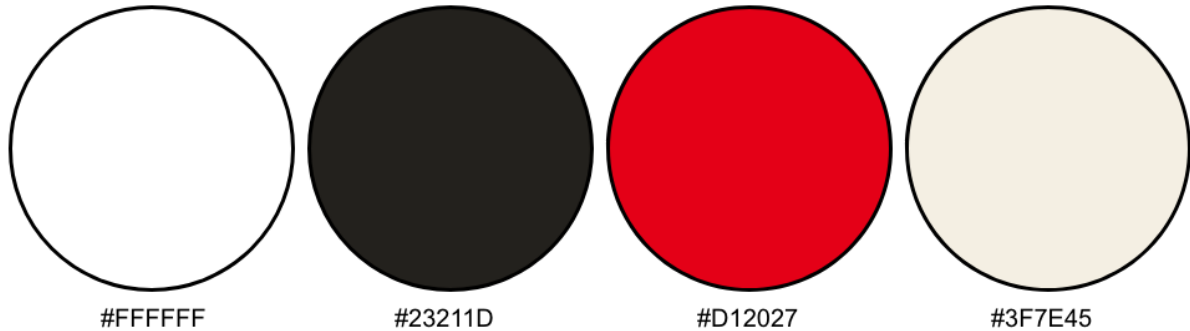
hånd med at komme i mål. Vi har intet at tabe, men alt at vinde.

FN's Verdensmål

Den globale opvarmning medfører drastiske og uoprettelige konsekvenser for hele Jorden. Udledningen af drivhusgasser skal reduceres - især udledningen af CO₂. Planter optager CO₂ fra atmosfæren, og når de nedbrydes, frigives denne CO₂ igen. Fældning af træer er en af de store årsager til den stigende mængde CO₂ i atmosfæren. Jo flere træer vi har, desto mere CO₂ vil der blive optaget fra atmosfæren. Vi skal altså plante flere træer, og samtidig forsøge at fælde færre af dem. FN's 13. verdensmål har fokus på klimaindsatsen, så vi kan bekæmpe klimaforandringerne og deres konsekvenser. Lige netop dette verdensmål har vi fokus på i vores nye kampagne.

Klik på logoet for at læse mere om dette verdensmål:

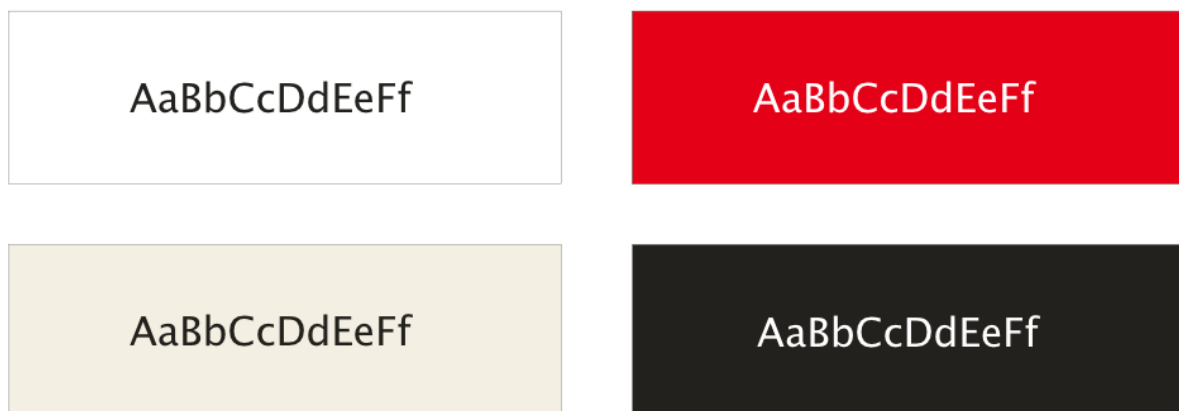
Udover de almindelig Bog & Idé farver, rød, hvid og sort, benyttes der i kampagnen også en sandfarve. Sandfarven er valgt på baggrund af forskellige parametre, herunder at den spiller godt sammen med de farver der indgår med FN's verdensmåls cirklen uden af clashe med dem, som det ville have gjort hvis man eksempelvis havde valgt Bog & idé's røde farve. Den er behagelig for øjet at se på og da det var et stort ønske, med kampagnen, at skabe en behagelig og rolig stemning, gik det det godt i tråd med visionen.



Guide til farverne

I fokusboksene der almindeligvis benytter sort og rød, benyttes der i kampagnen sandfarven. Dermed ikke sagt at det ikke er muligt at benytte sort eller rød, men det vil være at fortrække at sandfarven benyttes. Da sandfarven er med til at opbygge stemningen, som er vigtig for kampagnen, er det som sagt at fortrække at denne benyttes.

Benyttes der hvis eller sandfarvet baggrund, skal teksten være sort, er baggrunden derimod rød eller sort, skal teksten være hvid.



Overskrifter - Oswald

aAbBcCdDeEfFgGhHiIjJkKlLmMnNoOpPqQrRsStTuUvVxXyYzZæÆøØåÅ

Brødtekst - Noto Serif regular

aAbBcCdDeEfFgGhHiIjJkKlLmMnNoOpPqQrRsStTuUvVxXyYzZæÆøØåÅ

Menubar – Arial, Helvetica, Sans serif

aAbBcCdDeEfFgGhHiIjJkKlLmMnNoOpPqQrRsStTuUvVxXyYzZæÆøØåÅ

Guide til font

Til kampagne materiale, såvel som hjemmeside skal de overstående fonts benyttes. Skrives der internt benyttes der blot en behagelig og letlæselig font.

19.11.2020

Mul B, gruppe 1

Alexandra Balyka, William Macallen, Marlene Olsen, Younes Piskorzcyk

Udvikling og implementering af design

Vi startede opgaven med at beslutte os for hvilke emner vi gerne ville have på vores landing page og hvilke slags logoer der skulle laves, her uddelegerede vi opgaverne.

Så besluttede vi os for hvordan landing siden skulle se ud, det gjorde vi ved at tegne på et stykke papir. Vi valgte hurtigt at den skulle have meget stærke referencer til Bog & idé's egne hjemmeside, dette valgte vi da det gjorde opgaven troværdig. Vi brugte en del tid på at finde de forskellige tegn vi ville have med, samt hvilke dele af hjemmesiden vi ville benytte. Alle tegnene blev så tegnet i illustrator. Vi lavede en arbejdsgruppe der fokuserede på landing page og en arbejdsgruppe der fokuserede på styleguide samt illustratørarbejdet. Resultaterne af arbejdet er jævnlige blevet præsenteret for hinanden og feedback for på den måde at skabe et færdigt produkt.

Herunder ses et billede af vores første arbejdsblad samt arbejdstegning af vores landing page.

Landingpage:

- Video
- Om kampagnen - køb bøger så planter vi træer
- Fordele for hvorfor man skal læse (fysiske)bøger
- FNs verdensmål - generelt (link) og fortælle om vores. Nummer 13. Klikke på logo for dette verdensmål.
- Billede af direktør + udtalelse.

5-10 linjer.

Styleguide:

Generelt:

- Mission + vision
- Logo (størrelse, farve, placering)
- Farvepalette (primære, sekundære, kombinationer)
- Skrifttype (navn) + 'weight' (Fx en bestemt til overskrifter)
- Billederne, der bliver brugt

Til vores styleguide:

- Skabe opmærksomhed på FN's verdensmål - 13 verdensmål klimaindsats.
-
-
- Vores logo, nyt og forbedret - øverst venstre hjørne, ikke hele logoet men teksten fra logoet
- Hvid, rød og sort - evt grøn
- Menu-rubrik store bogstaver
- Tynde streger der virker som skillevæg mellem rubrikker, samt overskrift stor skift, samt underoverskrift i mindre skrift
- Evt rubrik ala denne men noget med kampagne, som allerede findes på deres hjemmeside.

