

2024

Proces verslag: Payanta Brandguide

DIGITAL MARKETING
NIELS MOL

Inleiding

Bij het ontwikkelen van Payanta, ons koffermerk, was een sterke merkidentiteit van groot belang. Om consistent en herkenbaar te blijven in al onze uitingen, hebben we een uitgebreide brandguide gecreëerd. Deze handleiding bevat richtlijnen voor visuele elementen, tone of voice, en algemene merkcommunicatie. Dit verslag laat zien hoe ik stap voor stap te werk ben gegaan om deze brandguide te realiseren, gebruikmakend van creativiteit en technologische tools zoals generatieve AI. Dit project past bij de leeruitkomst LO3: Contentcreatie en generatieve AI, waarbij innovatieve en traditionele ontwerptechnieken samenkomen.

Inhoudsopgave

Inleiding	1
Stap 1: Onderzoek naar het merk en de doelgroep	1
Stap 2: Inspiratie en moodboard creëren	1
Stap 3: Kleur- en typografiekeuzes	2
Stap 4: Logo-ontwikkeling	2
Stap 5: Definiëren van tone of voice	2
Stap 6: Samenstellen van de brandguide	2
Conclusie	2

Stap 1: Onderzoek naar het merk en de doelgroep

Voor Payanta hebben we een merkstrategie ontwikkeld door te definiëren waar ons merk voor staat. Dit omvatte het bepalen van kernwaarden zoals avontuur, betrouwbaarheid, en innovatie. Vervolgens analyseerde ik onze doelgroep, bestaande uit moderne reizigers die flexibiliteit en duurzaamheid waarderen. Ik voerde marktonderzoek uit door trends in de bagage-industrie te bestuderen en te kijken naar de branding van succesvolle concurrenten. Dit onderzoek gaf mij een solide basis om richting te geven aan het creatieve proces.

Stap 2: Inspiratie en moodboard creëren

Visuele inspiratie is essentieel om een merkidentiteit te bouwen. Voor Payanta verzamelde ik afbeeldingen, kleurenpaletten, en typografische stijlen die de juiste sfeer en uitstraling van het merk weerspiegelden. Het moodboard omvatte beelden van reizen, dynamische kleuren die energie uitstralen, en moderne lettertypen die passen bij onze doelgroep. Deze visuele referenties zorgden voor een duidelijke focus en hielpen om beslissingen te nemen bij het ontwerpen van specifieke elementen.

Stap 3: Kleur- en typografiekeuzes

De volgende stap was het kiezen van kleuren en lettertypen die de waarden van Payanta versterken. Het kleurenpalet bestaat uit primaire kleuren die avontuur en vertrouwen uitstralen, gecombineerd met zachtere tinten die balans en verfijning brengen. Voor de typografie heb ik gezocht naar een strak sans-serif lettertype dat moderniteit en eenvoud uitstraalt. De keuzes werden getest in verschillende toepassingen, zoals social media posts en drukwerk, om de bruikbaarheid en leesbaarheid te waarborgen.

Stap 4: Logo-ontwikkeling

Een sterk logo is de kern van elke brandguide. Voor Payanta heb ik schetsen gemaakt die de thema's van reizen en beweging weerspiegelen. Na een aantal iteraties, waarin ik verschillende vormen en letterstijlen combineerde, ontstond een minimalistisch logo met vloeiende lijnen. Het uiteindelijke ontwerp werkt goed op zowel digitale als fysieke media. Generatieve AI-tools hielpen bij het genereren van variaties op het basisontwerp, wat tijd bespaarde en creatieve ideeën opleverde.

Stap 5: Definiëren van tone of voice

Naast visuele richtlijnen is het belangrijk om een consistente tone of voice te hanteren. Voor Payanta wilden we een toegankelijke, inspirerende toon die vertrouwen wekt. Ik schreef voorbeelden van teksten die de tone of voice illustreren, zoals slogans, productomschrijvingen, en social media posts. Deze voorbeelden bieden houvast voor toekomstige communicatiematerialen.

Stap 6: Samenstellen van de brandguide

Alle elementen kwamen samen in de brandguide, die als een praktische handleiding dient voor ontwerpers en marketeers. Hierin zijn regels opgenomen voor het juiste gebruik van het logo, het kleurenpalet, typografie, fotografie, en tone of voice. De brandguide bevat visuele voorbeelden die laten zien hoe het merk in de praktijk tot leven komt.

Conclusie

Dit project was een leerzame ervaring waarin ik mijn vaardigheden in visuele communicatie, contentcreatie, en het gebruik van AI-tools verder heb ontwikkeld. De brandguide voor Payanta zorgt ervoor dat ons merk consistent en professioneel gepresenteerd wordt, wat bijdraagt aan herkenbaarheid en klantvertrouwen. Deze ervaring heeft me laten zien hoe belangrijk een sterke branding is voor het succes van een product of bedrijf.