

Bodymap

brandbook



INTRODUCTIE

In het kader van de lessen Scrum management, Social Objects en Online Storytelling kregen wij de unieke kans om als team samen te werken aan een real hands-on case uit het bedrijfsleven. Zo werden 5 unieke koppen bij elkaar gestoken er ontstond de groep **“Shake It”**. Daarbij werden wij als een team verantwoordelijk gesteld voor het strategisch marketingplan met de daarbijhorende social objects van het bedrijf Bodymap.

Bodymap, een opleidingscentrum opgericht door Ann de Wilde & Liesbeth Verhoeven zet zich in om kinderen van 0-12 jaar (focus 0-6) te helpen “through the basic steps of life” (zindelijkheid, lopen, kruipen...). Met andere woorden ze zorgen ervoor dat ze elk kind optimaal kunnen begeleiden en stimuleren doormiddel van beweging.

Ons doel is om het bedrijf meer op de kaart te zetten bij de begeleiders van kinderen. Om dit doel te behalen stellen wij een strategisch marketing plan op met alle bijhorende social objects.

In dit brandbook zullen wij de vernieuwde huisstijl van het bedrijf Bodymap presenteren. Daarbij zijn we heel erg dicht gebleven bij de oorspronkelijke huisstijl. Waar we verder zijn gegaan dan de oorspronkelijke huisstijl is dat wij het iets strakker en coherender gaan maken. U zult in dit boek de verschillende Social Objects terugvinden die wij gemaakt hebben als onderdeel van het strategisch marketing plan voor het bedrijf en daaronder kunt u verstaan: een nieuw logo, nieuwe kleuren, een vast lettertype, een nieuw webdesign, vaste filters voor foto’s en video’s en nog veel meer...

INHOUDSTAFEL

| | | |
|---|-------------------------|---|
| 1 | Logo | 1 |
| 2 | Logo kleuren | 2 |
| 3 | Kleuren huisstijl | 3 |
| 4 | Typografie | 4 |
| 5 | Webdesign | 5 |
| 6 | Foto | 6 |
| 7 | Video | 7 |

LOGO

Het Bodymap logo laat perfect zien waar de organisatie voor staat: "Bewegen en leren met kinderen."

We hebben het logo iets moderner en leuker gemaakt. Daarbij maakten we de **randen minder hoekig** (met het oog op de kinderen) en we gaven het logo een **vorm**.

De vorm wordt nooit met een witte kader weergegeven. Wij kozen ervoor om de **achtergrond transparant** te maken. Dit wil zeggen dat het logo overal op elke pagina en met elk kleur past. Echter zijn wij er wel van overtuigd dat het logo het **beste** past op een **witte achtergrond** of op een achtergrond waarvan je de kleuren terugvindt in het logo.

De **minimum size** van het logo vindt u hiernaast terug. Zoals u kunt zien is het zeer belangrijk dat de naam van het bedrijf goed weergegeven word. Daarvoor hebben wij gekozen voor volgende afmetingen:

- W: 41 mm
- H: 41 mm

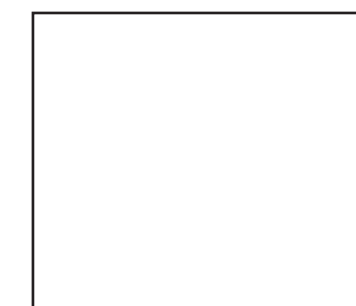


LOGO KLEUREN

Voor het logo hebben we **ORANJE** en **WIT** gebruikt als het hoofdkleuren. Daarbij is het oranje onze achtergrondkleur en wit het kleur van ons lettertype. Hieronder vindt u de kleurcode terug.



C= 0 M= 55 Y= 94 K= 0



C= 0 M= 0 Y= 0 K= 0

Om het logo wat op te leuken hebben we ervoor gekozen om een paar graphic designs in te voegen van bewegende kinderen. Die zien we in allerlei kleuren en vormen en dat is ook net de bedoeling. Het maakt niet uit groot of klein (tussen 0-6 jaar), meisje of jongen, getint of blank... **IEDEREEN IS VAN HARTE WELKOM!**

KLEUREN HUISSTIJL

Kleur is een zeer belangrijk stijlelement. Zo werken wij met een maximum aantal kleuren die zullen bijdragen tot de herkenbaarheid van onze onderneming. Deze kleuren zijn bedoeld om bepaalde emoties en gevoelens op te roepen. Daarbij hebben wij als twee hoofdkleuren gekozen voor Oranje en Zwart. Dit geeft zowel het fleurige en het professionele sfeer. Dit is een zeer goede combinatie aangezien het bedrijf zich in zet voor kinderen en hun begeleiders wil bereiken.



Oranje staat daarnaast voor inspirerend, actief, warmte, stimulatie, en veiligheid.



Zwart zal waarschijnlijk alle kleuren overleven als het gaat om stijl en glamour. Het staat voor rijkdom, chique en formeel.

Om de hoofdkleuren bij te staan, hebben wij gekozen voor rood, geel en wit. Ze passen niet alleen bij de hoofdkleuren, maar met hun betekenis passen ze ook bij de visie en missie van het bedrijf.



Rood is de kleur van passie, warmte, dynamiek en kracht. Het is een fysieke kleur waarmee je mensen tot actie kunt aanzetten.



Geel draagt luchtigheid, helderheid, opgewektheid en creativiteit uit. Het is de kleur van de zon en de zomer.



Wit staat voor onschuld, luxe en eenvoud. Wit is licht, puur en neutraal. Ze is tijdloos en brengt koelte en ruimte.

TYPOGRAFIE

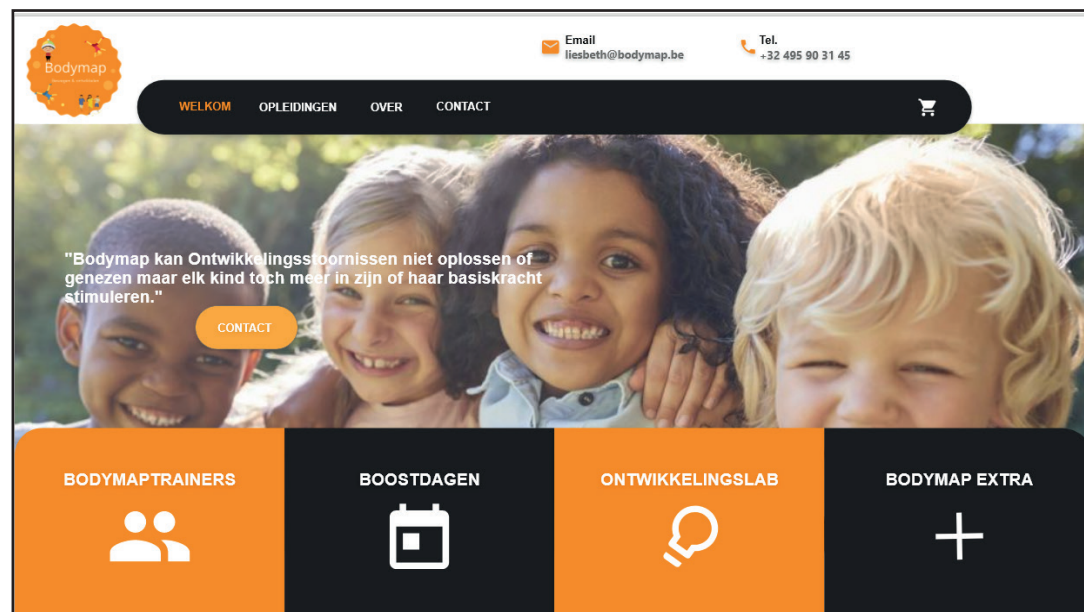
Voor onze typografie (print en onscreen) kiezen wij een **dynamisch** en **duidelijk** lettertype die past in het interieur van Bodymap. Zo kiezen wij voor het lettertype '**VERDANA**'. Dit lettertype is zowel fris, dynamisch als makkelijk leesbaar en zal gebruikt worden doorheen de volledige huisstijl en voor alle documenten van het bedrijf Bodymap. Daarbij gaan we varianten gaan gebruiken om voor wat afwisseling te zorgen, maar we blijven steeds bij het lettertype Verdana.

VERDANA
regular Italic Bold Bold italic

Voorbeeldtekst:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque cursus odio eget elit ornare, elementum dictum lorem fringilla. *Mauris rhoncus laoreet dictum. Aenean auctor nisl id nibh auctor ultricies. Cras viverra dolor libero, id laoreet lacus rutrum ac. Nam ac auctor ex, ac tempus ex. Fusce nisl lorem, pretium vitae tincidunt at, interdum sed odio.* **Donec eu est leo. Duis finibus, sem quis maximus lobortis, libero turpis vestibulum lacus, et cursus arcu ex vulputate urna. Donec aliquam, lacus ut porttitor semper, tellus urna dictum diam, eu bibendum ante augue id nunc.**

WEBDESIGN



Voor de website architectuur zijn we gegaan voor een simpel design zodat alles **duidelijk** en **makkelijk bereikbaar** is. Doordat alles makkelijk te vinden is er een betere "workflow" tijdens het navigeren in de website.

We hebben **zachte kleuren** gebruikt en ronde vorm voor het design zodat kinderen, oudere, gezinnen aanspreekt.

De zachte kleuren palette zorgt ervoor dat het niet te straf is voor ogen van de gebruiker en zodat het niet te vermoeid bij langdurig gebruik van de website.

FOTO

De foto's die wij gebruiken zijn vooral van kinderen die zich amuseren door te bewegen. Deze beelden laat perfect zien waar wij voor staan en wat wij willen bereiken.

We werken ook enkel met kleurfoto's, dus geen zwart-wit. Kleuren zijn dynamischer en roepen bepaalde gevoelens op. Wel moeten onze foto's passen bij onze huisstijl en zo samenvloeien tot één mooi geheel.



Voor de foto filters zijn we tewerk gegaan met de applicatie "**VSCO**", dit is een uitstekende programma om fotos te bewerken naar gewenste resultaten. Met deze instellingen krijgen we een warme en vibrant filter over onze foto. Dit komt aangenaam over voor alle gezinssituaties doordat het een positieve "vibe" geeft.

- **Belichting +1.7**
- **Contrast: -1.3**
- **Tint -2.5**
- **Verzadiging +2.5**
- **Huidstint +1.2**

VIDEO

Voor de video kiezen wij opnieuw voor een filter waar de levendigheid en de vibratie van de kleuren verhoogt wordt, zodat de kleuren nog net dat tikkeltje feller zijn. Daarmee willen we graag een warm en speels gevoel oproepen bij de kijkers en dat gevoel past dus perfect bij de kinderen. We gebruiken hiervoor **dezelfde filterinstellingen als bij de foto's**.



Bij de verschillende video's is het de bedoeling om te laten zien wat bodymap juist voor het kind betekent en hoe zij daarop reageren. Dit kunnen **promotievideo's** zijn maar ook **informatieve video's** om tips en tricks over te brengen aan de kijker. Daarmee bedoelen we welke oefeningen ze doen met de kinderen en om welke eigenschappen te stimuleren. (motoriek kind)

Om de boodschap van de video over te brengen is het dan ook belangrijk dat de video geen uren duurt. Wij gaan daarbij voor het motto **kort maar krachtig!** De mensen overtuigen gebeurt in de eerste 15 seconden dus daar moeten we gebruik van maken en dat gaan we doen aan de hand van **lachende en blije kinderen** om de begeleiders van de kinderen te emotioneren.

Rond **18u s' avonds** willen telkens een **post plaatsen** omdat er dan een groter bereik is op Facebook. Met een leuke en uitnodigende tekst erbij gaat deze video zeker in het oog springen. Aangezien we gedetailleerd de statistieken over deze post kunnen bekijken op facebook, kunnen we ons doelpubliek nog meer targetten. Dit zullen we ook doen voor de overige social media kanalen waarop Bodymap aanwezig is. Elke video bevat een externe link naar de website van Bodymap waar ze meer informatie vinden indien ze dat wensen.