

Visual Styleguide

(deliverable)

Instructie

Jaar 1 / OP2 / w2 / sprint 0

Achtergrond

Merken zijn er in allerlei soorten en maten. Van non-profit organisaties zoals het WWF tot internationale bedrijven zoals Apple. Merken kunnen organisaties zijn maar ook personen, producten zoals auto's en ook festivals zoals *Lowlands*.

Elk merk heeft een *identiteit* nodig, een manier om zichzelf te laten zien en in contact met zijn doelgroep te komen. Eén van de drie onderdelen van een sterke merkidentiteit is een 'herkenbaar uiterlijk'. Dit komt tot stand door middel van specifiek gekozen en consequent toegepaste visuele elementen.

Styleguide

Een **Visual Styleguide** (stijlgids) is een *document* waar de huisregels voor het toepassen van de visuele elementen die het uiterlijk van een merk bepalen, grondig en onderbouwd uitgelegd worden.

Dit document (ook 'Brand Bible' benoemd) is fundamenteel voor de ontwikkeling van alle touchpoints waar het merk in contact met de doelgroep komt.



Deliverable

Je moet een **Visual Styleguide** maken aan de hand van je *Merkanalyse*, waar de waarden van het merk vast zijn gelegd. Aan de hand van deze waarden maak je bewuste keuzes wat betreft de visuele elementen die een visuele styleguide bevat:

Logotype / Kleurpalet / Lettertype / Afbeeldingen

Raadpleeg de bronnen hiernaast om informatie te vergaren en een duidelijk beeld te krijgen van wat er verwacht wordt.

Voor vragen en meer informatie kunnen jullie terecht bij Raul Martinez (woensdag), Louise Leenders (woensdag) of Tim Fleumer (vrijdag).

HOME FOR ALL - Visual Identity

Logo

Variations



HOME FOR ALL
みんなの家ネットワーク



HOME FOR ALL
みんなの家ネットワーク



HOME FOR ALL
みんなの家ネットワーク

Typography

Headline font: Quadon Bold

Headline Font

Headline Font

Headline Font

Body font: Lato Regular

Home-for-All is a base for those who lost their homes or jobs after the earthquake and tsunami struck the north-eastern Tohoku region of Japan. A space to get on their feet again and recover a new life.

Quote font: Quadon Regular Italic

Colours

Text
HEX #4E4E4E
RGB 78/78/78
CMYK 65/58/58/78

Background
HEX #E4E4E4
RGB 239/239/239
CMYK 5/3/3/0

Link Highlight
HEX #FF6600
RGB 255/102/0
CMYK 0/74/100/0

Spot Highlight
HEX #FFE600
RGB 255/230/0
CMYK 5/5/100/0

Link Color
HEX #99CCCC
RGB 153/204/204
CMYK 36/0/170

Shades

References

Visuele identiteit volgens Fabrique:

<https://www.fabrique.nl/visuele-identiteit>

Visual Styleguide How-To:

<https://codemyviews.com/blog/how-to-build-a-brand-bible-visual-style-guide>

Visual Styleguide in elkaar zetten:

<https://designschool.canva.com/blog/your-brand-needs-a-visual-style-guide>

Visual Styleguide voorbeeld:

<https://designschool.canva.com/blog/50-meticulous-style-guides-every-startup-see-launching>

Visual Styleguide case-study:

<http://bentographics.com/work/home-for-all-npo-non-profit-organisation-tohoku-japan>

Interview met Peter te Bos (23 jaar lang ID van Lowlands bepaald):

<http://www.harmentliemburg.nl/2008/09/15/peter-te-bos-highlife-op-lowlands>

Learning from Lowlands:

http://www.nederlandwordtanders.nl/files/gen/i_0210/LearningfromLowlandsNederlandwordtanders.pdf